

/analyse.

Acte 1 – analyse de votre site web

5 Octobre 2022 – natacha@metabox.fr

/reporting.

- **Installation de la balise Matomo en 2022, commence à récolter de la donnée le 18/01/22**
 - Pas de comparaison sur une année complète possible.
 - Impossible de comparer les données de 2019, 2021 et 2022.
- **Comparaison donc au semestre**
 - Entre 1^{er} semestre 2019 et 1^{er} semestre 2022
 - Puis constatation au mois.

/objectifs.

- **Déterminer l'apport de valeur lié au changement de site web**
- **Indiquer les performances du site actuel.**

/semestre.2019



8 744
visiteurs

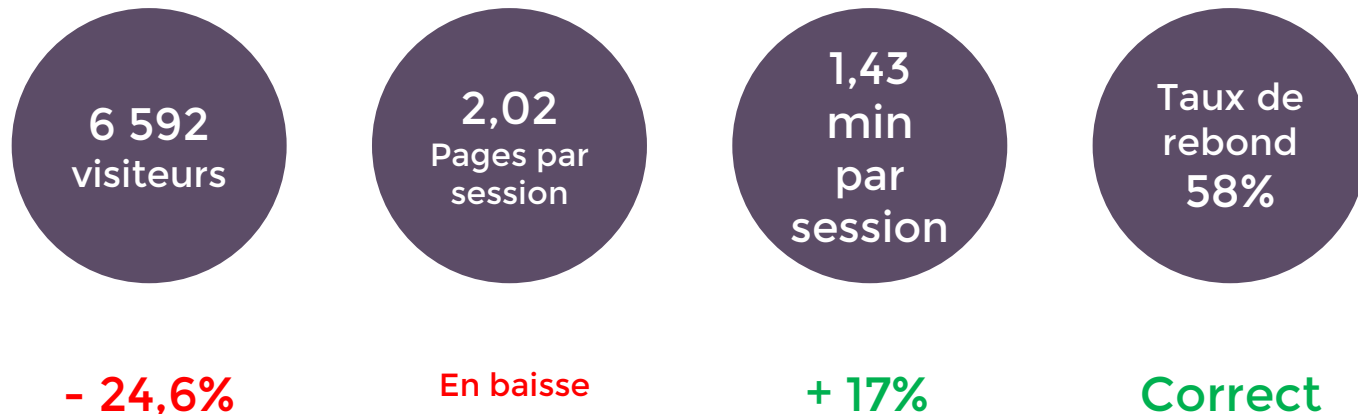
2,3
Pages par
session

1,28
min
par
session

Taux de
rebond
0,11%

Sur 6 mois, 1^{er} janvier au 1^{er} juillet. Des indicateurs plutôt normaux, petite erreur sur le taux de rebond liée probablement à une mauvaise configuration.

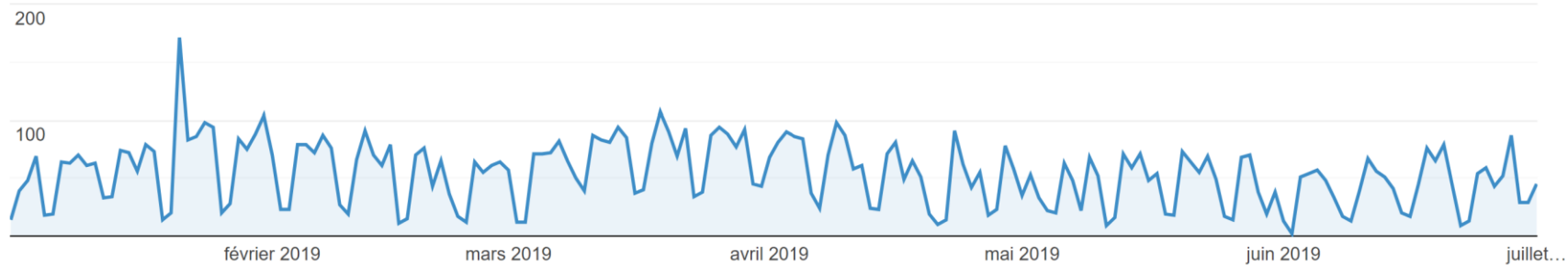
/comparaison.



En comparaison avec le premier semestre 2019, le nombre de visiteurs est en baisse. Il est difficile de comparer d'autres indicateurs d'audience étant donné que GA semblait faussé sur certaines données, probablement lié à une mauvaise configuration.

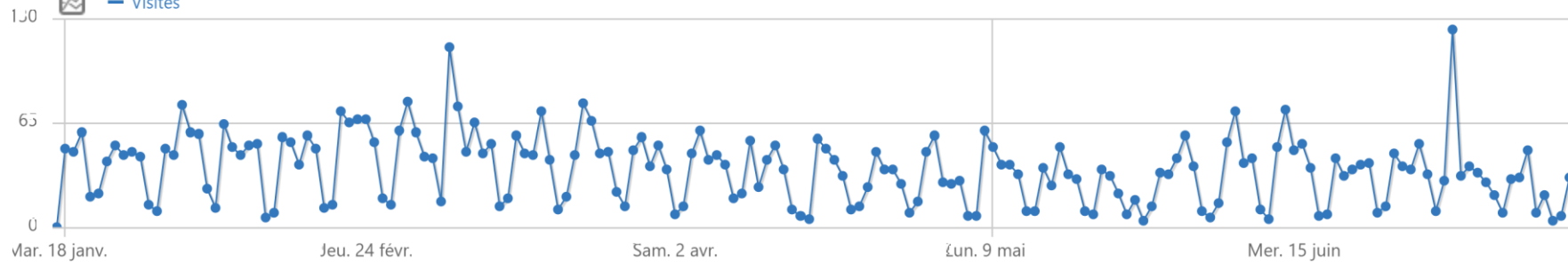
2019

● Utilisateurs



2022

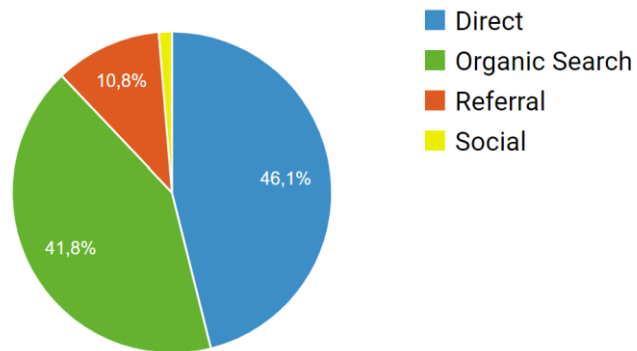
📈 — Visites



/acquisition.trafic

Les pourcentages correspondent à la part d' utilisateurs

- **Par moteur (organic) : 41,8%**
- **Direct (en tapant E4) : 46,1%**
- **Social (réseaux sociaux) : 1,3%**
- **Referral (Rousseau) : 10,8%**

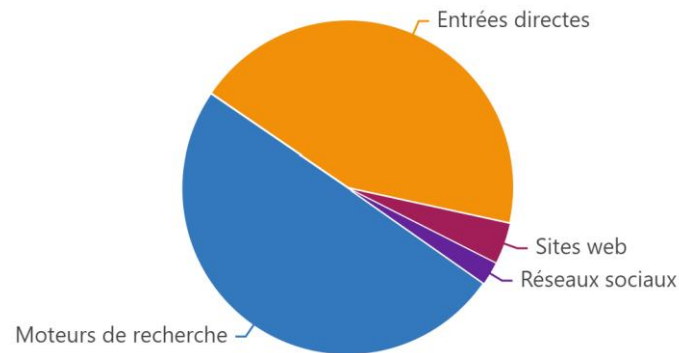


Ces indicateurs nous apprennent qu'en 2019 même si vos sources de trafic étaient diversifiées, elles nécessitaient d'être étoffées et moins concentrées.

/acquisition.trafic

Les pourcentages correspondent à la part d' utilisateurs

- **Par moteur (organic) : 50% (+8,2%)**
- **Direct (en tapant E4) : 44% (-2,1%)**
- **Social (réseaux sociaux) : 2% (+0,7%)**
- **Referral (Rousseau) : 4% (-6,8%)**

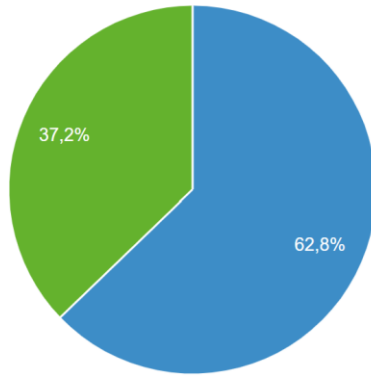


Il y a une bonne nouvelle, la baisse de Rousseau et la hausse légère de la provenance réseaux sociaux. Néanmoins, l'apport d'audience reste concentré.

Approfondissons réseaux sociaux

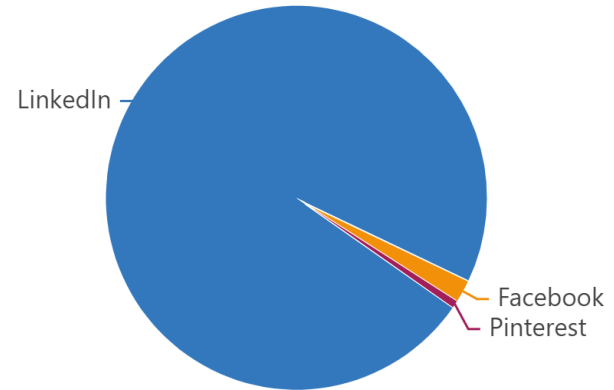
En 2019...

- Il y avait FB pour 62% (78 utilisateurs)
- Il y avait Linked'In pour 37% (48 utilisateurs)

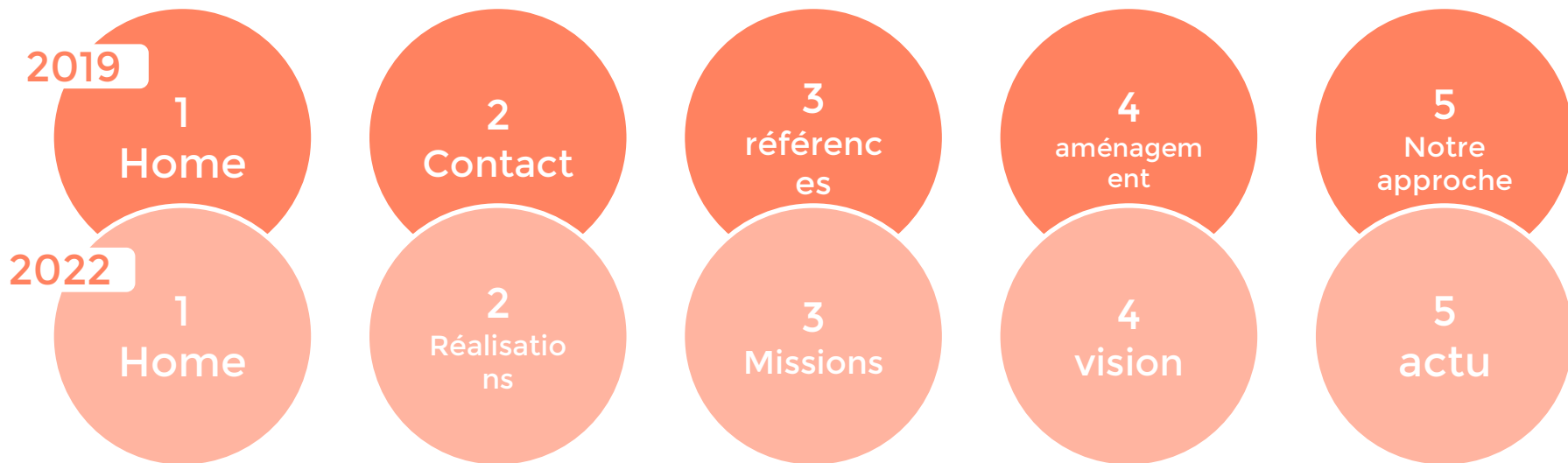


En 2022...

- Linked'In pour 97% (146 visiteurs)
- FB pour 2% (3 visites)



/top.pages



Et la page contact n'est plus dans le top ...

Géographie du trafic

En 2019

- 65% du trafic est français

| Pays ? | Acquisition |
|--------------------------|--|
| | Utilisateurs ? ↓ |
| | 8744 % du total: 100,00 % (8744) |
| 1. France | 5782 (65,82 %) |
| 2. United States | 1263 (14,38 %) |
| 3. United Arab Emirates | 485 (5,52 %) |
| 4. (not set) | 438 (4,99 %) |
| 5. Ecuador | 188 (2,14 %) |
| 6. Canada | 63 (0,72 %) |
| 7. China | 60 (0,68 %) |
| 8. Italy | 50 (0,57 %) |
| 9. Belgium | 49 (0,56 %) |
| 10. United Kingdom | 45 (0,51 %) |

Question à se poser, qui ciblons-nous à travers ce site ?

En 2022

- 75% du trafic est français

| Pays | |
|-------------|-------------|
| PAYS | VISITES |
| France | 74,5 % 4911 |
| États-Unis | 8,8 % 581 |
| Allemagne | 4,5 % 295 |
| Pays-Bas | 1,6 % 108 |
| Chine | 1,6 % 106 |
| Finlande | 1,4 % 93 |
| Royaume-Uni | 0,8 % 56 |
| Espagne | 0,7 % 47 |
| Suisse | 0,7 % 46 |
| Autriche | 0,5 % 32 |

Type de trafic

En 2019

- **80% du trafic est sur ordinateur**

| | | |
|--------------------------|------------|---|
| | | 8744 % du total: 100,00 % (8744) |
| <input type="checkbox"/> | 1. desktop | 7084 (80,73 %) |
| <input type="checkbox"/> | 2. mobile | 1492 (17,00 %) |
| <input type="checkbox"/> | 3. tablet | 199 (2,27 %) |

En 2022

- **75% du trafic est sur ordinateur**

| | | |
|---|---|-------------|
| <input type="checkbox"/> Bureau |  | 75,2 % 4959 |
| <input type="checkbox"/> Téléphone intelligent (smartphone) | | 23 % 1519 |
| <input type="checkbox"/> Phablette | | 1,3 % 87 |
| <input type="checkbox"/> Tablette | | 0,4 % 26 |

Cette métrique nous renseigne sur la typologie de personnes, en l'occurrence, plutôt BtoB. A déduire aussi, l'ergonomie du futur site web.

/formulaires.

- **Matomo fournit des données intéressantes sur les formulaires**
 - Le temps moyen passé sur un formulaire est de 2min23sec
 - Le taux de démarrage est de 6,4%
 - Dans 74% des cas le formulaire est soumis (16% de perte)
 - 27% des soumetteurs s'y sont pris à 2 fois.
- **Matomo décompte 37 formulaires sur le premier semestre 2022, cela fait environ 6 par mois.**
- **A comparer avec vos données, inclut le formulaire EN.**

Questions à se poser : 2min est-ce trop long ? 6% de démarrage est-ce satisfaisant ?

/chemin.

1



Chemin préféré des utilisateurs - 3% des sessions

2



Chemin préféré des utilisateurs - 1,9% des sessions

3



Chemin préféré des utilisateurs - 1,8% des sessions

A déduire : pas d'intention de contact/action ou de possibilité.

/conclusion.

- **Ce que l'on apprend sur le virage pris en 2019**
 - En termes de trafic, une baisse est à noter, cela n'est pas forcément négatif dans la mesure où le trafic s'est « qualifié » (plus français, plus engagé).
 - Seul E4 peut dire si l'évolution du nombre de formulaires remplis a été impactée car Google Analytics ne fournit pas cette donnée.
- **Ce que l'on peut tirer comme enseignements en 2022**
 - Le taux de rebond est stable et tout à fait dans les normes
 - Le nombre de visiteurs est correct mais il faut déconcentrer les sources d'acquisition et ne pas hésiter à l'augmenter
 - Le travail réalisé sur Linked'In porte ses fruits et peut être intensifié
- **Le site ne « s'ouvre » pas vers de nouveaux horizons**
 - Durant le brief, on a précisé que l'on orientait les clients vers les réalisations, c'est prouvé car la moitié de l'audience vous connaît (direct) et la 2^e page la plus visitée est la page « réalisations ». On est donc face à un « entre-soi ».
 - On a malgré tout un bon site, qui fait une bonne vitrine.

Votre site est-il lisible et accessible pour tous y compris les robots ?

ERGONOMIE DU SITE WEB

ESPACE 4

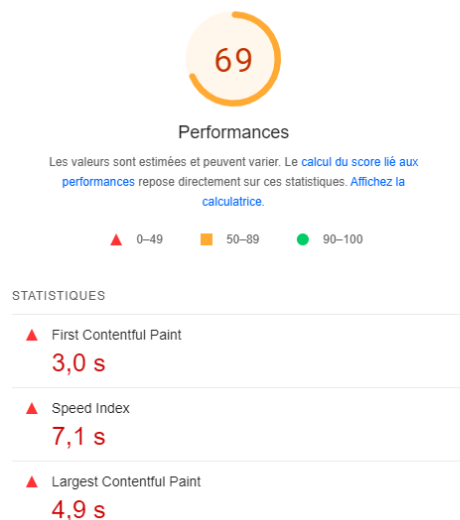
/il est propre...

- **Le site web Espace 4 utilise une base wordpress avec son propre thème.**
 - Un thème et un design, une construction de modèles de pages réutilisables dans tout le site
 - Il existe des constructions toutes faites, que l'on utilise en les modifiant directement dans WP, ce qui alourdit et « salit » le code.
 - Ou l'on fabrique d'autres constructions sur-mesure en fonction des besoins. Ce qui génère un code propre et facilite le référencement.

/mais il est un peu lourd...

- **Si tout le travail de développement a été bien exécuté**

- Les animations alourdissent le site en termes de chargement et de navigation.
- Cela donne une navigation instable, qui bouge un peu beaucoup
- Matomo estimait le chargement de la home page à 8 secondes !

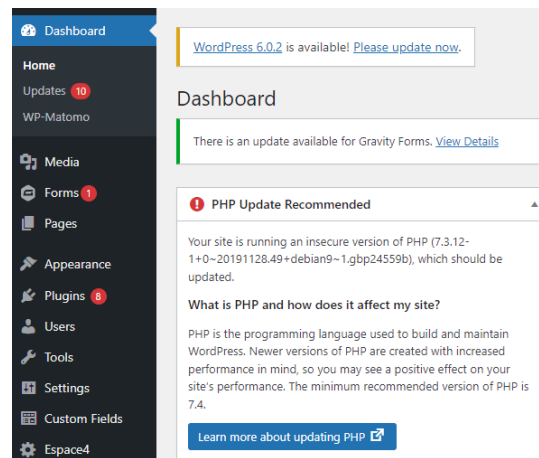


Développer la vue

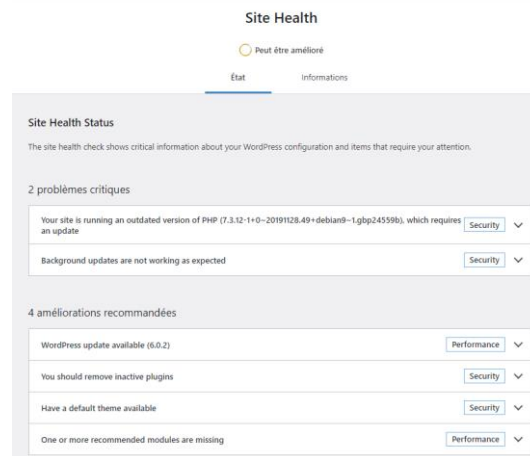
| | |
|---------------------------|-------|
| ■ Time to Interactive | 4,3 s |
| ● Total Blocking Time | 0 ms |
| ● Cumulative Layout Shift | 0,001 |

/thème.

- Les thèmes maison c'est bien...
 - Mais cela pose un problème critique de mise à jour et donc de sécurité.
 - Les MàJ peuvent « casser votre site » autant qu'elles sont censées le protéger.
 - De même, l'administration du site peut vite devenir très compliquée et chronophage.



The screenshot shows the WordPress dashboard interface. On the left is a dark sidebar with navigation links: Dashboard, Home, Updates (10), WP-Matomo, Media, Forms (1), Pages, Appearance, Plugins (8), Users, Tools, Settings, Custom Fields, and Espace4. The main content area has a top notification: "WordPress 6.0.2 is available! [Please update now.](#)" Below that, another notification states: "There is an update available for Gravity Forms. [View Details](#)". The primary notification is titled "PHP Update Recommended" and contains the text: "Your site is running an insecure version of PHP (7.3.12-1+0~20191128.49+debian9~1.gbp24559b), which should be updated." It includes a sub-heading "What is PHP and how does it affect my site?" and a paragraph explaining that newer versions of PHP offer better performance. A button at the bottom of the notification says "Learn more about updating PHP" with an external link icon.



The screenshot shows the "Site Health" section of the WordPress dashboard. At the top, it says "Site Health" with a status indicator "Peut être amélioré" (Can be improved) and tabs for "État" (Status) and "Informations" (Information). Below this is the "Site Health Status" section, which provides critical information about the WordPress configuration. It lists "2 problèmes critiques" (2 critical problems): "Your site is running an outdated version of PHP (7.3.12-1+0~20191128.49+debian9~1.gbp24559b), which requires an update" (Security) and "Background updates are not working as expected" (Security). It also lists "4 améliorations recommandées" (4 recommended improvements): "WordPress update available (6.0.2)" (Performance), "You should remove inactive plugins" (Security), "Have a default theme available" (Security), and "One or more recommended modules are missing" (Performance).

/metabox.

“

Expérience utilisateur

”

/metabox.

/les incontournables.

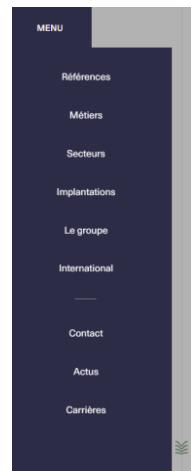
- **Parmi les incontournables d'un site web pour faciliter l'expérience utilisateur, on retrouve**
 - Le menu de navigation et son fil d'Ariane
 - Le fameux « parcours utilisateur » en fonction de personae cibles
 - Les appels à l'action et leurs formulaires
 - Le blog et autre section à contenus dynamiques
 - Le site carrière lorsque cela est nécessaire
 - Les en-tête, pieds de pages et constructions de pages identiques.
- **Regardons ce que nous trouvons chez E4... et comparons avec Athex et Korus (vous verrez plus loin pourquoi eux).**

/menu.

- Il est bien présent



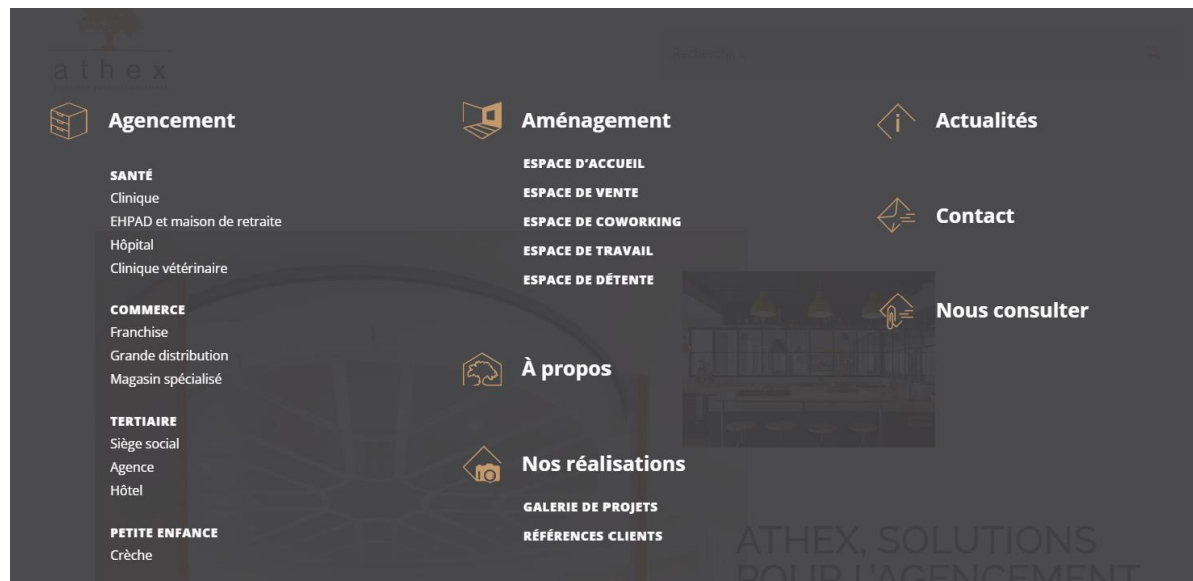
- Korus fait le choix d'un menu Burger latéral dont le contenu diffère légèrement car plus touffu.



/metabox.

/athex.

- Athex joue la carte du détail en mode burger



/metabox.

/parcours.utilisateur

- Si je suis un responsable achats/équipements

- Pas visible au premier niveau, il faut passer par l'onglet missions (est-ce clair ?) pour y parvenir, cliquer 4 fois et pas d'appel à l'action pour finir.

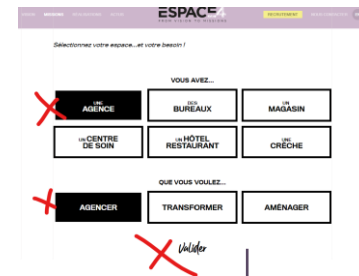
1



Notre approche globale de vos espaces, de la conception du projet à la réalisation des travaux et du mobilier, vous assure le meilleur équilibre entre contraintes techniques, économiques et architecturales de vos espaces.
L'intégration de ces savoir-faire, la gestion clé en main de vos projets, la vision globale que nous apportons, sont autant de garanties de performance et d'attractivité de vos espaces professionnels.



3



0



Vous souhaitez agencer votre espace fonction, votre établissement professionnel, ou encore votre agence ? Jusqu'à la fin de votre contrat et de vos usages ? De l'idee à la mise en œuvre, ESPACE4 AGENCER vous accompagne et vous accompagne tout au long de votre projet.

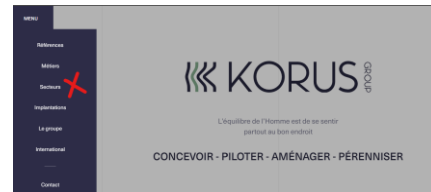
UNE PRISE EN CHARGE COMPLÈTE DE VOTRE PROJET D'AGENCEMENT

/parcours.utilisateur

- **Persona idem**

- Visible au premier niveau ou il faut passer par le menu pour y parvenir, cliquer 2 fois et pas d'appel à l'action pour finir sauf pour sortir...

1



1



0



/parcours.utilisateur

- **Persona idem**

- Visible au premier niveau ou passer par le menu pour y parvenir, cliquer 1 fois et pas d'appel à l'action pour finir sauf pour sortir...

1



0



/metabox.

/cta.

- **Les appels à l'action sont présents chez Espace 4, comme chez Korus ou Athex, mais ils mènent dans l'ensemble à des impasses.**
 - Exemple : home / vision / références / dl PDF puis FIN
 - Exemple : home / agencement / FIN
 - Exemple : home / missions / choix multiples / déployer mon concept / FIN
- **L'utilisateur a le temps d'être convaincu mais pas la possibilité de convertir.**
- **Donc lorsqu'un utilisateur vient sur le site, le travail de séduction ne va pas jusqu'au bout, sauf s'il sait à l'avance qu'il s'y rend pour contacter E4.**

/formulaires.

- **Le formulaire principal...**
 - Est court et simple
 - A beaucoup de cases à cocher
 - Et deux boutons... (?)

The image shows a contact form on the website 'ESPACE4'. The header includes navigation links: 'VISION', 'MÉTIERS', 'RÉALISATIONS', 'ACTUS', 'RECRUTEMENT', and 'NOUS CONTACTER'. The main heading is 'NOUS CONTACTER'. The form fields are:

- Vos coordonnées ***
 - Prenom
 - Nom
- Votre email
- Confirmez votre email
- Entreprise
- Votre message ***

Below the message field is a file upload section:

- Choisir un fichier | Aucun fi...lectionne | Accepted file types: doc, docx, pdf, Max. file size: 10 MB.
- Vous pouvez joindre un fichier à votre message. La taille maximale est 20Mo, les formats de fichier acceptés sont les doc, docx et pdf.

Below the file upload section are two checkboxes:

- Souhaitez-vous vous abonner à notre newsletter ?**
 - Oui, s'il vous plaît !
- Politique de confidentialité ***
 - J'accepte la politique de gestion des données.

At the bottom of the form is a green button labeled 'Envoyer' and a teal button labeled 'Rejoignez l'équipe'.

/metabox.

/confrères.

- Formulaires des confrères

Siège Social & Production

Zâ du Bocage
apéro MOÏSE SUR LOUËT (Angers)

Parlez-nous de votre projet d'agencement

| | |
|----------------|--------|
| Nom | Prénom |
| Société | |
| Tel. | |
| Adresse e-mail | |
| Message | |

Envoyer

Contactez-nous

Si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur notre entreprise ou notre offre de services, nous vous invitons à remplir le formulaire ci-dessous.

| | |
|--------------------------------------|------------|
| Choisissez le service* | |
| Nom* | Prénom* |
| Société* | Fonction |
| Email* | Téléphone* |
| Adresse | |
| Code postal | Ville |
| Message* | |
| Uploader un fichier (pdf, doc, docx) | |

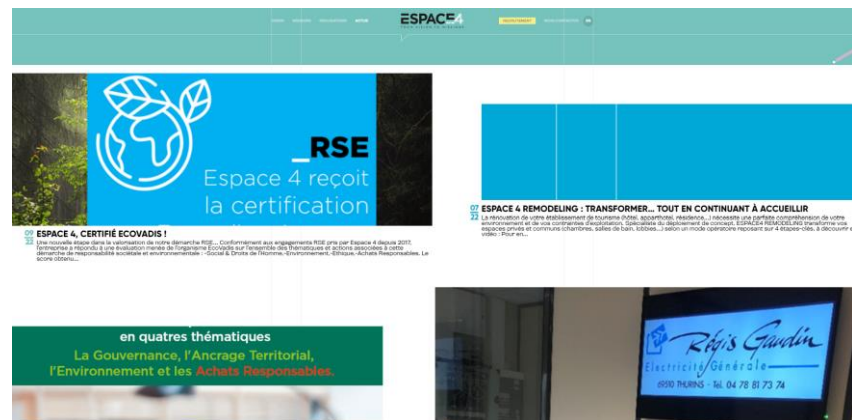
J'accepte d'être contacté par Korus dans le cadre de ma demande. Le service communication traite les données recueillies dans le respect du règlement général sur la protection des données. Pour plus d'informations sur nos engagements en matière de données à caractère personnel, nous vous invitons à consulter notre page vie privée accessible en cliquant sur le lien suivant : <https://www.korus.fr/mentions-legales/>

ENVOYER

/metabox.

/actus.

- La section actus est la partie dynamique du site web. Elle permet de publier des contenus pour maintenir ses positions de manière régulière sans toucher aux pages statiques.
 - Elle est bien présente chez E4 et remplit son rôle, pourrait être plus ergonomique.
 - Pour les sections actu, le plus difficile est de maintenir une régularité.
- L'idéal est de définir une stratégie de contenus en début d'année et un calendrier de publications avec de grands « piliers », déclinables sur LK.



/actus.

- Section actu chez Korus et Athex

Actualités

homepage > actualités

Comment redonner du sens à nos espaces de travail ?
septembre 2022

Comment redonner du sens à nos espaces de travail ? Dans un monde post-covid dans lequel les espaces de travail...

Semaine Européenne du Développement Durable
septembre 2022

The Korus Group Tour SEMAINE EUROPEENNE DU DEVELOPPEMENT DURABLE (SEDD). Du 18 septembre au 8 octobre 2022 à lieu la ...

La Nuit du Design
septembre 2022

SAVE THE DATE ! Faites place à l'imagination et embarquez pour la seconde année consécutive à la Grenobles Design Week...

Emission : « Ergonomie Préventive - l'entreprise aux petits soins » | ANews Workwell x Korus
septembre 2022

L'ergonomie ne se résume pas à un bras d'écran ou à un fauteuil multi-réglage dernier cri. Pour Korus spécialiste de...

Actualités

Recherche ...

Index égalité professionnelle Femmes Hommes ATHEX 2022
Publié le 28 Septembre 2022 | Catégorie: Communication interne
Compte tenu des enjeux de féminisation de nos métiers, ATHEX voit, dans l'index de l'égalité professionnelle femmes hommes, une opportunité de progresser en matière de mixité. ATHEX est attaché à l'emploi des femmes et à l'absence de disparité salariale. Nous veillons au traitement d'égalité au même niveau de poste et au niveau des évolutions professionnelles entre (...)

Athex RSE
Publié le 8 novembre 2021 | Catégorie: Communication interne
Athex, RSE registre de bri des déchets. Numéro d'enregistrement en application de l'article L. 541-10 du code de l'environnement : FR014051_10NF48

Athex, le Carnet de Printemps 2021
Publié le 12 mai 2021 | Catégorie: Communication interne
Athex vous présente son carnet de Printemps avec quelques-unes de ses réalisations. Nous espérons qu'elles contribueront à vous donner envie de retrouver vos espaces professionnels. A très vite pour notre carnet d'été !

Focus sur l'entreprise Formatex
Publié le 10 février 2021 | Catégorie: Communication interne
FORMATEX, société spécialisée dans la métallurgie, la tôlerie, la chaudronnerie et la mécano-soudure, vous accompagne dans tous vos projets. Elle intervient particulièrement dans le domaine de l'industrie (par exemple

/metabox.

/esthétique.

- **Au niveau esthétique du site web**
 - Comme chez ses concurrents E4 accorde une grande place au visuel. De magnifiques vrais visuels, ce qui est très compliqué à trouver pour les sites web « normaux ». C'est donc un atout majeur.
- **Le style Espace 4**
 - On comprend très vite lorsque l'on arrive sur le site, un parti graphique fort, une sorte de signature – la personnalité d'Espace 4. C'est au autre atout.
 - Les codes couleurs, le rappel du style architecte avec les croquis, les transitions, les plans sont autant de valeur ajoutée pour l'utilisateur.
- **Mais...**
 - Ces animations ont tendance à alourdir le site, perdre l'utilisateur. Le recours à un langage propre à Espace 4 peut complexifier la navigation autant que cela fausse le référencement. (Mission, vision...)

/conclusion.

- **Niveau technique**
 - On a un site web qui est bien construit et propre. Tous les éléments sont réunis pour favoriser le référencement
 - Le hic, c'est le thème fabriqué sur-mesure, il pose un problème de maintenance et à termes de sécurité.
- **Le parcours utilisateur est très compliqué**
 - Mais on remarque que visiblement il s'agit d'un standard du marché, ce genre d'entreprise n'a pas besoin de convertir son visiteur. C'est donc une faille qu'E4 devrait exploiter.
- **Le site est beau (je sais que je suis en face de pro du design !)**
 - Mais son parti pris visuel et textuel peut rendre la navigation complexe et « perdre » l'utilisateur qui n'est pas vraiment ciblé.
- **La question du ciblage est majeure : à qui s'adresse ce site ? Quel est son objectif ?**

Que donne comme infos votre site aux moteurs de recherches ?

CONTENU ET SÉMIOTIQUE

/contenu.

- **Principe de cette analyse**
 - On prend le top 3 de vos pages les plus visitées car cela donne un bon échantillon
 - On les analyse selon 3 critères principaux
 - La densité des mots-clés (permet aux moteurs de comprendre)
 - Les données structurées (hiérarchisation de l'info)
 - Les liens et les images (permet aux moteurs de tester l'accessibilité)
- **Ces critères mis bout à bout influent sur la compréhension qu'ont les moteurs de recherche de votre site et de la façon dont ils vont le proposer aux utilisateurs lorsque ceux-ci vont taper certaines requêtes.**

/accueil.

- **Densité de mots-clés**

- Nombre de mots : 484
- Top 10 des mots-clés
- Rappel du titre de la page *Aménagement d'espaces commerciaux et professionnels - Espace 4*

| N. | Expressions | • Densité pondérée (%) ▼ | • Densité brute (%) ▼ | Occ. | Filtres |
|----|-----------------------|--------------------------|-----------------------|------|----------|
| 1 | vision | 12.72 | 0.62 | 3 | DP |
| 2 | espace 4 | 10.97 | 2.07 | 5 | DB • TDB |
| 3 | espace | 10.86 | 1.03 | 5 | DB • TDB |
| 4 | missions | 8.02 | 0.41 | 2 | DF |
| 5 | aménagement | 7.74 | 0.83 | 4 | DM • TDB |
| 6 | espaces | 6.32 | 1.03 | 5 | DP • TDB |
| 7 | professionnels | 5.75 | 0.62 | 3 | DP • TDB |
| 8 | réalisation | 2.84 | 2.07 | 10 | DM |
| 9 | bureaux | 1.63 | 1.24 | 6 | DM |
| 10 | mnh sae | 1.24 | 0.83 | 2 | DF |



Notre approche globale de vos espaces, de la conception du projet à la réalisation des travaux et du mobilier, vous assure le meilleur équilibre entre contraintes techniques, économiques et architecturales de vos espaces.

L'intégration de vos savoir-faire, la gestion clé en main de vos projets, la vision globale que nous proposons, sont autant de garanties de performance et d'attractivité de vos espaces professionnels.



Aménagement



Agencement



Remodeling



/metabox.

/accueil.

- **Données structurées**

- Plan de page et nombre de balises :

- H1 : OK
- H2 : NOK
- H3 : 8
- H4 : 1

- Rappel du titre de la

page *Aménagement d'espaces commerciaux et professionnels - Espace 4*

```
<title> Aménagement d'espaces commerciaux et professionnels - Espace 4 [+]  
<h1> From to Vision Missions En SaVoir plus [+]  
<h3> le groupe en chiffres [+]  
<h3> PRIMAGAZ [+]  
<h3> BANQUE PALATINE [+]  
<h3> CITADINES STRASBOURG [+]  
<h3> EXKI [+]  
<h3> ZADIG & VOLTAIRE [+]  
<h3> PUBLICIS Parisquare [+]  
<h3> MNH SAE [+]  
<h4> Vous avez un projet [+]
```

/accueil.

- **Liens et images**

- Les liens ont une importance en termes de type et de positionnement dans la page
- La page contient 20 images dont 13 sans attribut alt (description)
- Rappel du titre de la page *Aménagement d'espaces commerciaux et professionnels - Espace 4*

Statistiques

- Nombre de liens : **45**
- Nombre de liens uniques (menant vers la même URL) : **41**
- Nombre de liens uniques internes : **36**
- Nombre de liens uniques externes : **5**

Présence de l'attribut alt

▼ Erreur 1

⚠ Cette page comporte 13 image(s) sans attribut alt.

L'attribut alt est indispensable pour que les moteurs de recherche comprennent ce que représente une image. Il est également indispensable pour les internautes utilisant un navigateur adapté aux personnes malvoyantes. L'attribut alt devrait donc toujours contenir une description la plus précise possible de l'image.

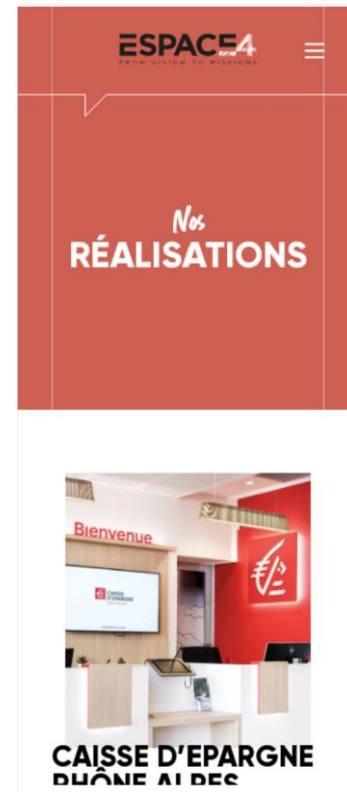
► [Voir notre guide : comment bien référencer vos images](#)

/références.

- **Densité de mots-clés**

- Nombre de mots : 107
- Top 10 des mots-clés
- Rappel du titre de la page Réalisations - Espace 4

| N. | Expressions | • Densité pondérée (%) ▼ | • Densité brute (%) ▼ | Occ. | Filtres |
|----|---------------------|--------------------------|-----------------------|------|---------------|
| 1 | réalisations | ✘ 44.55 | 4.67 | 5 | DB • TDB |
| 2 | espace 4 | ✘ 22.9 | 3.74 | 2 | DP • TB |
| 3 | espace | ✘ 22.68 | 1.87 | 2 | DP • TB |
| 4 | rhône alpes | 0.73 | 3.74 | 2 | DTF |
| 5 | vision | 0.71 | 1.87 | 2 | DF |
| 6 | missions | 0.71 | 1.87 | 2 | DF |
| 7 | 4 | 0.59 | 2.8 | 3 | DM • TB • MTC |
| 8 | alpes | 0.49 | 1.87 | 2 | DTF |
| 9 | caisse | 0.49 | 1.87 | 2 | DTF |
| 10 | rhône | 0.49 | 1.87 | 2 | DTF |



/metabox.

/références.

- **Données structurées**

- Plan de page et nombre de balises :
 - H1 : OK
 - H2 : NOK
 - H3 : NOK
 - H4 : NOK
- Rappel du titre de la page `Réalisations - Espace 4`

```
<title> Réalisations - Espace 4 
```

```
<h1> Nos Réalisations 
```


/références.

- **Liens et images**

- Les liens ont une importance en termes de type et de positionnement dans la page
- La page contient 16 images dont 12 sans attribut alt
- Rappel du titre de la page Réalisations - Espace 4

Statistiques

- Nombre de liens : **22**
- Nombre de liens uniques (menant vers la même URL) : **21**
- Nombre de liens uniques internes : **16**
- Nombre de liens uniques externes : **5**

Présence de l'attribut alt

▼ Erreur 1

⚠ Cette page comporte 12 image(s) sans attribut alt.

L'attribut alt est indispensable pour que les moteurs de recherche comprennent ce que représente une image. Il est également indispensable pour les internautes utilisant un navigateur adapté aux personnes malvoyantes. L'attribut alt devrait donc toujours contenir une description la plus précise possible de l'image.

➤ [← Voir notre guide : comment bien référencer vos images](#)

/missions.

- **Densité de mots-clés**

- Nombre de mots : 182
- Top 10 des mots-clés
- Rappel du titre de la page Missions - Espace

4

| N. | Expressions | • Densité pondérée (%) ▼ | • Densité brute (%) ▼ | Occ. | Filtres |
|----|--------------------|--------------------------|-----------------------|------|----------|
| 1 | espace | ⊗ 28.82 | 2.2 | 4 | DB • TDB |
| 2 | missions | ⊗ 24.88 | 2.2 | 4 | DM • TB |
| 3 | espace 4 | 16.42 | 2.2 | 2 | DP • TB |
| 4 | transformer | 4.47 | 4.4 | 8 | DP |
| 5 | aménager | 4.47 | 4.4 | 8 | DP |
| 6 | hôtel | 2.84 | 2.75 | 5 | DP |
| 7 | agencer | 2.45 | 3.85 | 7 | DF |
| 8 | crèche | 1.4 | 2.2 | 4 | DF |
| 9 | centre | 1.4 | 2.2 | 4 | DF |
| 10 | restaurant | 1.4 | 2.2 | 4 | DF |



/metabox.

/missions.

- **Données structurées**

- Plan de page et nombre de balises :
 - H1 : OK
 - H2 : NOK
 - H3 : NOK
 - H4 : NOK
- Rappel du titre de la page `Missions - Espace 4`

<title> **Missions - Espace 4**

<h1> **Nos Missions**

/missions.

- **Liens et images**

- Les liens ont une importance en termes de type et de positionnement dans la page
- La page contient 8 images dont 4 sans attribut alt
- Rappel du titre de la page `Missions - Espace 4`

Statistiques

- Nombre de liens : **35**
- Nombre de liens uniques (menant vers la même URL) : **32**
- Nombre de liens uniques internes : **27**
- Nombre de liens uniques externes : **5**

Présence de l'attribut alt

▼ Erreur 1

⚠ Cette page comporte 4 image(s) sans attribut alt.

L'attribut alt est indispensable pour que les moteurs de recherche comprennent ce que représente une image. Il est également indispensable pour les internautes utilisant un navigateur adapté aux personnes malvoyantes. L'attribut alt devrait donc toujours contenir une description la plus précise possible de l'image.

➤ → [Voir notre guide : comment bien référencer vos images](#)

/conclusion.

- **Un site bien optimisé**
 - En termes de construction, le site est bien optimisé
- **En termes de contenu**
 - Il y a des améliorations à apporter notamment en termes de quantité et de données structurées, pondération des expressions. Les pages sont très courtes !
 - Les données structurées ne sont pas cohérentes avec le message de la page et son titre, donc le moteur vient dégrader sa note de pertinence.
- **Sur les images et les liens**
 - L'attribut alt à l'importance qu'on veut bien lui donner
- **Le piège du nom**
 - L'ennui avec Espace 4 est le mot Espace, qui n'est pas toujours intégré par les moteurs comme une locution avec 4 à la suite.
 - Une piste d'amélioration peut être de travailler sur toutes ces requêtes utilisateurs à faire figurer dans le site web.
- **Mais là encore, il s'agit d'un standard du marché.**

Comment vous situez-vous par rapport à vos confrères ?

PAR RAPPORT AU MARCHÉ

Espace 4 et Korus (en bleu en commun)

Sur la page d'accueil d'E4 (484)

| N. | Mots-clés | Densité pondérée (%) | Occ. |
|----|----------------|----------------------|------|
| 1 | vision | 12.72 | 3 |
| 2 | espace 4 | 10.97 | 5 |
| 3 | espace | 10.86 | 5 |
| 4 | missions | 8.02 | 2 |
| 5 | aménagement | 7.74 | 4 |
| 6 | espaces | 6.32 | 5 |
| 7 | professionnels | 5.75 | 3 |
| 8 | réalisation | 2.84 | 10 |
| 9 | bureaux | 1.63 | 6 |
| 10 | mnh sae | 1.24 | 2 |

12%
de
similarité

Sur la page d'accueil Korus (643)

| N. | Mots-clés | Densité pondérée (%) | Occ. |
|----|------------------------|----------------------|------|
| 1 | korus | 19.87 | 15 |
| 2 | aménagement | 10.41 | 6 |
| 3 | agences bancaires | 10 | 3 |
| 4 | agences | 8.88 | 5 |
| 5 | bancaires | 6.66 | 3 |
| 6 | bureaux | 6.03 | 4 |
| 7 | espaces | 2.56 | 8 |
| 8 | réalisation | 1.46 | 6 |
| 9 | partout au bon endroit | 1.17 | 2 |
| 10 | conception | 1.16 | 3 |

AGENCEMENT & RÉNOVATION DE BUREAUX

Réinventons vos espaces de travail

300k
€ CA

DERNIÈRES RÉALISATIONS

DÉFINISSEZ VOTRE BESOIN



Espace 4 et LBA (en bleu en commun)

Sur la page d'accueil d'E4 (484)

| N. | Mots-clés | Densité pondérée (%) | Occ. |
|----|----------------|----------------------|------|
| 1 | vision | 12.72 | 3 |
| 2 | espace 4 | 10.97 | 5 |
| 3 | espace | 10.86 | 5 |
| 4 | missions | 8.02 | 2 |
| 5 | aménagement | 7.74 | 4 |
| 6 | espaces | 6.32 | 5 |
| 7 | professionnels | 5.75 | 3 |
| 8 | réalisation | 2.84 | 10 |
| 9 | bureaux | 1.63 | 6 |
| 10 | mnhsae | 1.24 | 2 |

26%
de
similarité

Sur la page d'accueil LBA (1077)

| N. | Mots-clés | Densité pondérée (%) | Occ. |
|----|----------------------|----------------------|------|
| 1 | agencement | 14.05 | 38 |
| 2 | bureau | 8.97 | 24 |
| 3 | rénovation | 6.92 | 15 |
| 4 | agencement de bureau | 5.62 | 9 |
| 5 | bureaux | 5 | 16 |
| 6 | lba | 4.34 | 11 |
| 7 | espaces | 3.8 | 7 |
| 8 | travail | 3.69 | 6 |
| 9 | aménagement | 2.91 | 9 |
| 10 | espaces de travail | 2.01 | 2 |

“

Petits tests

”

/metabox.

/test.

- **Faisons un petit test en conditions réelles**
 - Imaginons que je suis une responsable achats et équipements au sein d'un grand groupe bancaire.
 - J'aimerais un projet innovant pour une agence bancaire dans un DOM, parce que dis-donc, qu'est-ce qu'il fait chaud là-bas !
 - Je suis de la génération Y, je commence ma recherche sur Internet et en parallèle je me renseigne en interne pour connaître le fournisseur référencé.
 - Je tape : aménagement espaces commerciaux dans Google
- **Ce qui correspond à la description du site web d'E4**

/metabox.

/résultats.

- **Est-ce que je tombe sur Espace 4 ?**
 - La requête génère plus de 10 millions de résultats
 - Il y a 4 publicités pour cette requête : CDB, Monarch, Isofis et Tétris db
 - Puis il y a Athex, sols murs plafonds, la maison de mon père, hejstudio...
 - Et des contenus conseils pour m'aider à réfléchir à ce projet
- **Espace 4 arrive en SERP 2, 6^e position, alors que c'est un leader du marché.**
- **Si je suis artisan ou fournisseur, la peine est la même.**

/caractéristiques.

- **Quelles sont les caractéristiques communes aux pages d'entreprises bien positionnées en SERP 1 ?**
 - La requête est présente dans la page et très bien pondérée
 - La date est présente sur 50% des pages
 - Le nombre moyen de mots par page est de 1490 (vs 488)
- **Il y a donc matière à arbitrer et intérêt à se positionner sur les requêtes à forte valeur ajoutée pour E4.**

| Mots-clés ↓ | Présence du mot-clé dans les pages de la SERP : | | | | | | | |
|-------------|---|------|------|------|-------|---------------|-----------------------|--|
| | Title ↓ | H1 ↓ | H2 ↓ | H3 ↓ | URL ↓ | Description ↓ | Ensemble de la page ↓ | |
| aménagement | 70% | 50% | 40% | 30% | 30% | 30% | 90% | |
| commercial | 30% | 30% | 40% | 0% | 20% | 30% | 90% | |
| espace | 30% | 30% | 30% | 10% | 20% | 30% | 80% | |
| agencement | 40% | 10% | 40% | 20% | 20% | 10% | 80% | |
| espaces | 40% | 30% | 20% | 10% | 30% | 20% | 70% | |
| intérieur | 20% | 10% | 30% | 10% | 20% | 20% | 70% | |
| décoration | 0% | 0% | 20% | 20% | 0% | 10% | 70% | |
| clients | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 10% | 70% | |
| commerciale | 0% | 0% | 30% | 10% | 0% | 0% | 70% | |
| doit | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 70% | |
| commerciaux | 40% | 30% | 0% | 0% | 30% | 10% | 60% | |
| commerce | 0% | 0% | 10% | 0% | 10% | 0% | 60% | |
| choix | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 60% | |
| vente | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 50% | |
| mesure | 0% | 0% | 10% | 10% | 0% | 10% | 50% | |
| projet | 0% | 0% | 10% | 10% | 0% | 0% | 50% | |
| aménager | 0% | 10% | 20% | 10% | 10% | 10% | 50% | |

/test.

- **Faisons un autre petit test**

- Imaginons que je suis une responsable achats et équipements au sein d'un grand groupe d'Ehpad.
- Avec le contexte et les révélations actuelles, j'ai besoin de revoir l'aménagement de certains de mes établissements si je ne veux pas avoir les mêmes problèmes que mes confrères.
- Je suis de la génération Y, je commence ma recherche sur Internet et en parallèle je me renseigne en interne pour savoir si nous avons un fournisseur référencé.
- Je tape : aménagement ehpad dans Google

/metabox.

/résultats.

- **Est-ce que je tombe sur Espace 4 ?**
 - La requête génère plus de 4 millions de résultats
 - Il y a 2 publicités, dont une pour mae agencement, je clique.
 - Puis il y a Athex, Manutan, Collinet, Ameublys ...
 - Et des contenus conseils pour m'aider à réfléchir à ce projet
- **Page 10, je n'ai toujours pas trouvé Espace 4.**

“

Comparatif

”

/metabox.

/qu'ont-ils de plus ?

- **Comparatif avec 3 acteurs du marché d'E4**
 - Korus, confrère « historique »
 - Athex, meilleure position
 - Isofis, a acheté la requête que j'ai tapé dans Google donc apparaît en 1er

/autorité.

- **L'autorité est un score de 1 à 100 qui désigne la confiance que l'on peut accorder au nom de domaine et à son contenu**

| Domaine/URL | Authority Score | Domaines référents | Backlinks | Adresses IP référentes | Visites mensuelles | Mots clés |
|--------------|-----------------|--------------------|-----------|------------------------|--------------------|-----------|
| ● espace4.fr | 38 | 132 | 436 | 139 | n/a | 585 ▼ |
| ● korus.fr | 30 | 217 | 2,8 K | 195 | 1 K | 1,5 K ▼ |
| ● athex.fr | 19 | 117 | 365 | 114 | n/a | 465 ▼ |
| ● isofis.fr | 15 | 23 | 84 | 37 | 488 | 101 ▼ |

- E4 a la meilleure autorité mais se fait battre sur les backlinks (liens extérieurs pointant vers le site E4) et le nombre de mots-clés par Korus.
- Isofis a la moins bonne autorité mais ressort en premier du fait de son enchère
- Athex n'est pas loin derrière et rattrape E4 en termes de bakclinks alors que c'est un petit acteur local.
- Korus gagne le podium avec un nombre de visites équivalent à E4.

/conclusion.

- **Ce qui est intéressant**

- C'est que les requêtes qui permettent d'identifier les gros acteurs comme « aménagement espaces commerciaux » sont travaillées et remportées par de petits acteurs
- Les gros, sont loin derrière. On en revient aux standards du marché, ils n'en ont peut-être pas le besoin.

- **Espace 4 a une très bonne autorité**

- Et ce qui est dommage c'est que sur les requêtes phares, E4 est absent, du fait des éléments vus précédemment. Cela peut donc être un axe d'améliorations pour n'importe quel projet de site web.
- Le contenu du site est vitrine, on en revient au ciblage et à l'objectif.

- **Dans un contexte de recherche sur Google, le site doit travailler pour apparaître auprès de la cible.**

- Encore faut-il déterminer la valeur et la priorité des requêtes à travailler.

Comment se portent vos chiffres Linked'In ?

LINKED'IN

/linkedin.

Sur le premier semestre du 1/01 au 1/07 et sur
le mois de septembre 2022



/metabox.

/top.post

- En termes de visibilité le 31 mars 2022
- 6 386 impressions
- 515 clics
- 126 réactions
- 9 partages
- 10 % de taux d'engagement !

ESPACE 4
1 456 abonnés
6 mois

[WORK IN PROGRESS]

🔴 Vendredi dernier s'est tenue la 1ère phase de réception du projet « Agence Container », en présence des équipes **Caisse d'Epargne CEPAC** et des collaborateurs **ESPACE 4** en charge de sa réalisation.

🔴 Un point d'étape ayant pour objectif de valider la pertinence du **#projet** en termes de volume, de rendu, d'ergonomie, de fonctionnalités techniques et esthétiques... et qui a donné lieu à une pleine satisfaction de la part du client ! 🎉

🔴 Next step : préparation du **#container** pour son embarquement au port du Havre, avant le début de son périple maritime ! 🚢 Restez connectés...

#amenagement #container #espace4 #VousEtreUtile #CaisseDepargneCEPAC

AGENCE CONTAINER
CONCEPT BY ESPACE4 POUR

CAISSE D'EPARGNE CEPAC

#04...PRÉ-RÉCEPTION

The image shows a Facebook post from 'ESPACE 4' (1,456 followers, 6 months old) titled '[WORK IN PROGRESS]'. The post describes the first reception phase of the 'Agence Container' project, held in the presence of 'Caisse d'Epargne CEPAC' teams and 'ESPACE 4' collaborators. It notes that the project was validated in terms of volume, rendering, ergonomics, technical functionalities, and aesthetics, leading to client satisfaction. The next step is preparing the container for shipment to the port of Havre. The post includes a collage of images: a 3D architectural rendering of the container unit, a photo of the physical container unit with people gathered around it, and a photo of the interior office space of the container unit. The collage also features the 'AGENCE CONTAINER' logo, the 'CAISSE D'EPARGNE CEPAC' logo, and the hashtag '#04...PRÉ-RÉCEPTION'.

/metabox.

/top.post

- En termes d'engagement
- 2 902 impressions
- 320 clics
- 45 réactions
- 4 partages
- 13 % de taux d'engagement !

ESPACE 4
1 456 abonnés
7 mois · 🌐

[REALISATION]
Projet X : top-départ ! 🎉

📸 Nous avons le plaisir de vous présenter les premières images de la livraison et du lancement de notre "projet X"...

Un **#concept** novateur d'agence-container, rapide à implanter et proposant les mêmes services qu'une **#agence** classique !

📍 Rendez-vous la semaine prochaine pour suivre l'avancement de cette réalisation "made by ESPACE 4"...

#amenagement #container #espace4

PROJET X

#02

GO! LIVRAISON
TERRE PHASE AMÉNAGEMENT
AGENCE CONTAINER

LIVRAISON INSTALLATION MÉNAGEMENT
TERRE TERRE PHASE

👤 Denis Viscuso et 44 autres personnes
4 partages

/metabox.

/cible.

Sales · 243 (16.7%)

Business Development · 216 (14.8%)

Operations · 174 (12.0%)

Arts and Design · 111 (7.6%)

Program and Project Management · 99 (6.8%)

Engineering · 41 (2.8%)

Media and Communication · 32 (2.2%)

Marketing · 31 (2.1%)

Community and Social Services · 27 (1.9%)

- Liste des fonctions des personnes abonnés à votre page

/cible.

Bâtiment · 217 (14.9%)

Architecture et urbanisme · 171 (11.7%)

Services de conception · 76 (5.2%)

Immobilier · 76 (5.2%)

Commerce de gros de matériaux de construction · 49 (3.4%)

Fabrication de mobilier et ameublement · 47 (3.2%)

Commerce de détail d'équipement de bureau · 41 (2.8%)

Services et conseil informatiques · 38 (2.6%)

Services de publicité · 36 (2.5%)

- Liste des secteurs des personnes abonnés à votre page

/bilan.

- Linked'in est un média de la stabilité et les indicateurs en témoignent.
- Travailler dessus signifie faire croître son audience et engager ses abonnés.
- Sur le premier semestre, le gros travail réalisé qui a porté ses fruits puisque la croissance est de plus d'un abonné par jour et les taux d'impression sont très bons.
- Attention toutefois à l'engagement, qui est très représentatif d'un « entre-soi » et qui fausse du coup son rapport au marché, mais qui est bon malgré tout.



/metabox.