

DOSSIER PROJET

2024



AUDREY DEJAEGERE
Sophrologue

YANN CALONNE

Sommaire

SOMMAIRE

I. Présentation du sujet – CCP2

Présentation du client 10

Contexte 11

Grille de questionnement 13

Benchmark 14

Cahier des charges 20

Personas 21

Conclusion des personas 29

II. Choix artistiques – CCP1

Moodboard 32

Identité visuelle 33

Illustrations vectorielles 37

Images 38

SOMMAIRE

III. Site web – CCP₃

Arborescence du site 42

Maquettes 44

Hébergement 50

Nom de domaine 51

Back-office 52

RGPD 59

Accessibilité 62

Éco-conception 66

IV. Landing page – CCP₂

La landing page 68

SOMMAIRE

V. SEO – CCP₂

Mots clés 72

Extension SEO 79

Suivi des statistiques 80

Bonnes pratiques SEO 81

VI. Sécurité – CCP₃

Bonnes pratiques 83

SOMMAIRE

VII. Webmarketing – CCP2

Choix des réseaux sociaux 86

Calendrier éditorial 89

Exemples de post 93

Newsletter 95

VIII. Veille – CCP2

Outil de veille 98

Choix des sources 99

Planning de veille 101

Partage de veille 102

SOMMAIRE

IX. Document print – CCP1

Fichier source de l'imprimé **104**

Fichier destiné à l'impression **106**

X. L'animation – CCP1

Storyboard **108**

SOMMAIRE

XI. Conclusion

Conclusion 114

Perspectives d'amélioration 114

Remerciements 114

XII. Annexes – CCP2

Grille de questionnement 115

Cahier des charges 121

I. Présentation du sujet

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Présentation du client

Madame Audrey Dejaegere, récemment diplômée de l'Institut de Formation à la Sophrologie de Paris, a pour ambition de lancer sa nouvelle activité en tant que sophrologue. Afin de se faire connaître et d'attirer des clients, elle envisage d'établir une présence digitale.

Ses services de sophrologie englobent la relaxation, la gestion du stress, la confiance en soi, et l'amélioration de la qualité du sommeil.

Elle exerce son activité dans son cabinet situé à Amblainville, proposant ses services à une clientèle B2C (Business to Consumer), ciblant principalement les individus en quête de bien-être et d'équilibre personnel.

À ce stade, l'entreprise d'Audrey Dejaegere est une entreprise individuelle, sans employés supplémentaires, ce qui lui permet de fournir une approche personnalisée et intimiste à sa clientèle. Bien que le chiffre d'affaires initial soit en phase de développement, l'accent est mis sur la croissance qualitative des services proposés et sur la satisfaction client.

Son positionnement est centré sur une approche holistique et personnalisée de la sophrologie, se distinguant par son attention particulière à chaque client et son engagement à fournir des solutions sur mesure pour le bien-être.

Géographiquement, le rayonnement de son activité est initialement localisé autour d'Amblainville et s'étend progressivement dans l'Oise, visant à attirer une clientèle de proximité tout en développant sa notoriété à travers sa présence en ligne.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Contexte

Objectifs

L'objectif principal est de développer la présence en ligne de la sophrologue, offrant ainsi un espace virtuel où elle peut partager son expertise et établir une connexion authentique avec son public cible.

Actuellement, la sophrologue n'a pas d'identité visuelle, de site web et n'est pas présente sur les réseaux sociaux. L'objectif est également d'établir une identité visuelle, une stratégie de communication qui permettra de développer une présence digitale, d'accroître son chiffre d'affaires et d'attirer ses premiers clients à travers la création d'un site web et de convertir les visiteurs en leads.

La création d'une landing page sera également envisagée pour accueillir les visiteurs venant d'une campagne marketing. Son objectif principal est de convertir les visiteurs en leads. Pour cela, elle se concentrera sur un message clair et une proposition de valeur unique, incitant l'utilisateur à bénéficier d'un premier rendez-vous téléphonique de 15 minutes offert.

La newsletter permettrait de fidéliser et de créer une proximité avec son public. Elle servira à informer les abonnés des nouveautés, comme les articles de blog, et permettra de générer du trafic vers le site web. Pour diversifier la présence digitale il y'aura la création d'un podcast sur Spotify A l'avenir, on créera un programme de masterclass sur la sophrologie En exploitant des plateformes LMS telles que Podia ou Learndash (une extension WordPress) je parle de cela dans la partie perspectives d'amélioration.

Analyse SWOT

FORCES

Formation qualifiée et connaissances à jour : Diplômée de l'Institut de Formation à la Sophrologie de Paris, ce qui assure à la sophrologue une crédibilité et une expertise solide dans son domaine avec des connaissances à jour.

Services diversifiés : La sophrologue propose une gamme de services couvrant la relaxation, la gestion du stress, la confiance en soi et l'amélioration de la qualité du sommeil, répondant ainsi à divers besoins.

FAIBLESSES

Absence de présence en Ligne : Manque d'identité visuelle, de site web et de présence sur les réseaux sociaux, ce qui limite sa visibilité et son rayonnement potentiel. La création d'un site web, développer une identité visuelle forte et établir une présence active sur les réseaux sociaux sont des étapes qui pourraient surmonter cette faiblesse.

Notoriété de la marque : En tant que nouvelle entité, le défi majeur est de construire et de développer la notoriété de la marque. Il est important de mettre en œuvre des stratégies de marketing ciblées pour construire une marque reconnue et de confiance.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Contexte

OPPORTUNITÉS

Marché en croissance : L'intérêt croissant pour les méthodes alternatives de bien-être est une opportunité majeure. En mettant en avant comment ses services répondent à cette demande croissante, la sophrologue peut attirer des clients potentiels cherchant des solutions pour retrouver un bien-être.

Webmarketing et stratégie de contenu : L'exploitation des plateformes digitales pour le marketing de contenu et l'utilisation des réseaux sociaux offrent une voie rentable pour atteindre un large public. Le développement de contenu de qualité, comme des articles de blog et une newsletter, peut aider à établir une connexion authentique avec le public cible, renforçant ainsi la notoriété de la marque et la fidélisation de la clientèle.

MENACES :

Concurrence accrue : Marché saturé avec une forte présence de professionnels du bien-être tels que les sophrologues, psychothérapeutes, et coachs de vie, ce qui souligne l'importance d'un positionnement stratégique et d'une différenciation marquée.

Changements dans les préférences des consommateurs : Les tendances et les intérêts des consommateurs en matière de bien-être et de santé mentale évoluent constamment. Une nouvelle tendance ou thérapie à la mode pourrait détourner l'attention et la demande loin de la sophrologie. Telle que la thérapie par la réalité virtuelle ou le coaching de vie et de bien-être

ANALYSE DES RÉSULTATS

L'analyse SWOT révèle que les qualifications et la diversité des services sont des forces majeures pour la sophrologue, lui permettant de répondre efficacement aux besoins en bien-être.

Néanmoins, l'absence de présence en ligne et une notoriété de marque limitée constituent des faiblesses importantes à surmonter.

Les opportunités résident dans l'engouement croissant pour les méthodes alternatives de bien-être et le potentiel du webmarketing pour atteindre un large public.

Toutefois, la concurrence accrue et l'évolution des préférences des consommateurs représentent des menaces à ne pas négliger.

Pour réussir, il est crucial de renforcer la présence en ligne et de développer un positionnement unique, tout en restant adaptable aux tendances du marché.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Grille de questionnement

Voir annexes page 115

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Benchmark

Le but

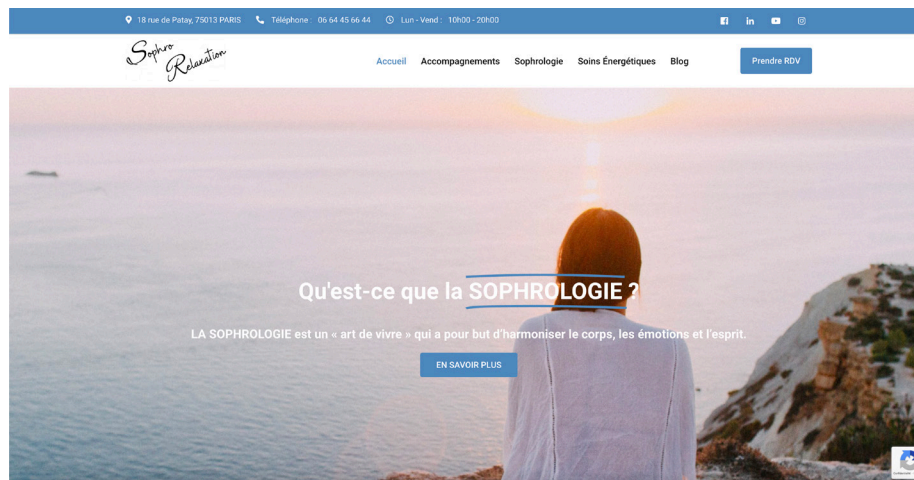
J'ai analysé les sites web concurrents, ce qui est crucial pour rester compétitif. Cela permet de comprendre le marché, d'identifier les meilleures pratiques, d'optimiser l'expérience utilisateur, de surveiller les performances et d'ajuster continuellement sa stratégie dans un environnement concurrentiel.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Benchmark

Sophro relaxation – Sophrologue

<https://sophrorelaxation.com/>



POINTS FORTS

- Bien structuré et bien détaillé, dans chaque domaine d'intervention.
- Présentation de la sophrologue avec sa photo pour humaniser le site et ainsi renforcer la confiance.
- Nom de domaine «sophrorelaxation.com», il indique le contenu du site.
- Le site a un reCAPTCHA.
- En bas à droite il y a un bouton qui permet de revenir en haut de la page ce qui rend l'expérience utilisateur plus agréable
- Blog

LE TON

Informatif, rassurant et encourageant, visant à éduquer les visiteurs. Ce ton bienveillant vise à instaurer confiance et espoir chez le lecteur.

POINTS FAIBLES

- Le site ne dispose pas de l'extension WPS Hide Login, en ajoutant login à la fin du nom de domaine j'ai accès au back-office du site web.
- Blog et réseaux sociaux mais pas alimenté depuis un certain temps

STYLE GRAPHIQUE

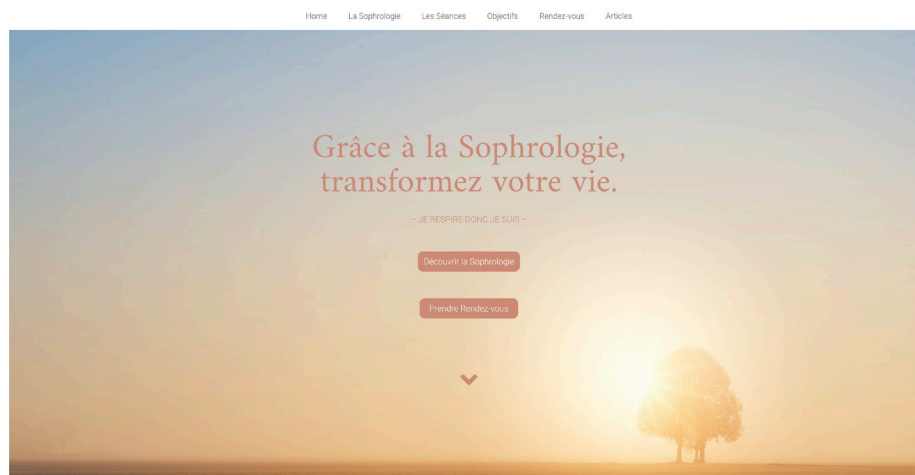
Le site est épuré, avec une palette de couleurs douces et apaisantes le bleu qui favorise la confiance, la détente et le bien-être. Il utilise des images de haute qualité qui évoquent la sérénité et la paix intérieure. La typographie est claire et facile à lire, contribuant à une navigation intuitive et à une expérience utilisateur agréable. Ce design est en harmonie avec le thème de la sophrologie et du bien-être mental et physique.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Benchmark

Je respire donc je suis- Sophrologue

<https://jerespiredoncjesuis.com/>



POINTS FORTS

- Présence de témoignages, renforçant la crédibilité.
- Bonne présentation de la sophrologie et des services avec la photo du cabinet
- Présentation vidéo de la sophrologue ce qui met en confiance et humanise le site
- Section "ils me font confiance" renforçant la preuve sociale et rassure les visiteurs
- Le site dispose d'une newsletter
- Audio "8 minutes pour vous détendre" donne un avant goût d'une séance de sophrologie

POINTS FAIBLES

- Le menu n'est pas assez lisible
- Certains textes ne sont pas lisibles
- Le nom de domaine "jerespiredoncjesuis.com" n'est pas clair et ne reflète pas le secteur
- Certains boutons et réseaux sociaux ne sont pas assez lisibles ni mis en avant

LE TON

Doux et rassurant la voix posée de la sophrologue qu'elle a partagé dans un audio, ainsi que les textes, les images et les couleurs utilisées sur le site, contribuent à créer une atmosphère calme et apaisante.

STYLE GRAPHIQUE

Le site est complété par des couleurs solaires qui ajoutent une touche chaleureuse, contribuant à créer une atmosphère accueillante et positive. L'image d'accueil, solaire et énergique, incarne la positivité, créant une ambiance accueillante pour les visiteurs. Ces éléments visuels renforcent l'idée de bien-être et d'énergie positive, en harmonie avec l'approche de la sophrologie

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Benchmark

Helene voisin – Psychologue et neuropsychologue

<https://helenevoisin-neuropsychy.fr/>



POINTS FORTS

- Intégration du doctolib
- Contenu bien détaillé avec plan Accès du cabinet pour rassurer les visiteurs et les honoraires
- Bonne structure de l'arborescence du site

POINTS FAIBLES

- Pas de photo des psychologues
- Certains textes trop petit
- N'est pas présent sur les réseaux sociaux

LE TON

Professionnel, informatif, et rassurant. Il met en confiance les visiteurs en fournissant des informations claires et précises sur les services offerts. Cela permet de rassurer les potentiels patients sur la qualité et l'accessibilité des soins proposés.

STYLE GRAPHIQUE

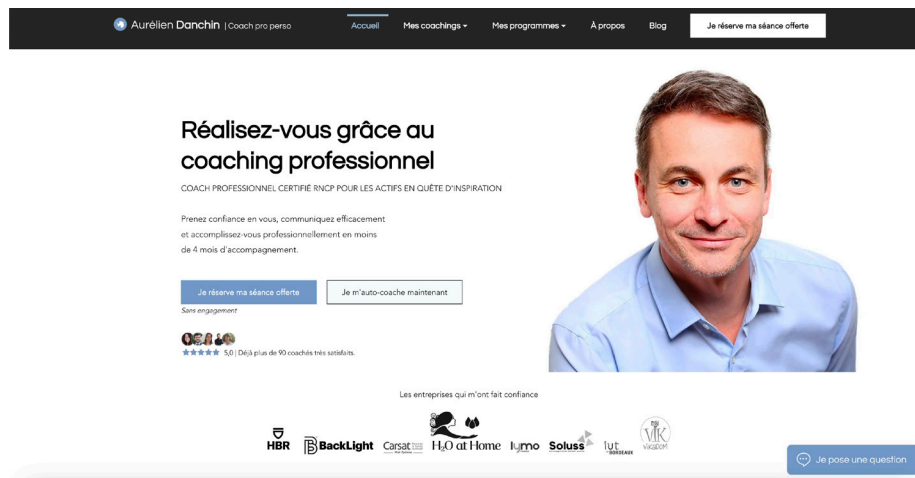
Le site est épuré et professionnel, utilisant une palette de couleurs douces et des éléments visuels minimalistes. Cependant le texte n'est pas assez lisible et il n'y a pas de photos

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Benchmark

Aurélien Danchin- Coach pro perso

<https://www.coachproperso.com/>



POINTS FORTS

- Photo du coach
- Preuve sociale (les entreprises et avis clients)
- Vidéo de présentation
- Grille de ses services
- FAQ
- Intégration de calendly blog et podcast
- Forte présence sur les réseaux sociaux
- Bonne structure de l'arborescence du site
- 1ere séance offerte

POINTS FAIBLES

- Le site ne dispose pas de newsletter

LE TON

Professionnel, rassurant et orienté vers l'encouragement et l'atteinte des objectifs personnels et professionnels des clients.

STYLE GRAPHIQUE

Moderne et épuré, avec une palette de couleurs sobres et élégantes. L'interface utilisateur est conçue pour être intuitive, facilitant la navigation à travers les différentes sections du site. Les images et les éléments graphiques utilisés sont professionnels, contribuant à créer une atmosphère accueillante et inspirante pour le visiteur.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Benchmark

Conclusion du benchmark

PRATIQUES À REPRENDRE :

Structuration et détail des domaines d'intervention : Comme observé sur les sites la clarté et le détail dans chaque domaine d'intervention facilitent la compréhension et l'engagement de l'utilisateur.

Présentation humanisée : La présence de photos et vidéos des professionnels, comme sur "Sophro relaxation" "Aurélien Danchin" et "Je respire donc je suis", humanise le site et renforce la confiance. C'est crucial pour les services liés au bien-être.

Utilisation des témoignages et preuves sociales : Les témoignages et sections telles que "ils me font confiance" (comme sur "Je respire donc je suis" "Aurélien Danchin") augmentent la crédibilité et rassurent les nouveaux visiteurs.

Fonctionnalités favorisant l'expérience utilisateur : Les éléments tels que le bouton de retour en haut de page, l'intégration de Doctolib, et la grille des services offrent une expérience utilisateur fluide et agréable.

Contenu informatif et rassurant : Un ton bienveillant et professionnel, combiné à des contenus informatifs détaillés, est essentiel pour établir une relation de confiance avec le visiteur.

Un site bien structuré, sécurisé, avec une présentation humaine et des contenus régulièrement mis à jour, tout en offrant une navigation intuitive et responsive design, semble être la formule gagnante. Les pratiques à éviter comprennent la négligence des aspects de sécurité, une mauvaise lisibilité, et un manque de cohérence et de mise à jour des contenus.

PRATIQUES À ÉVITER :

Négligence de la sécurité du site : Comme observé sur "Sophro relaxation", l'absence de mesures de sécurité telles que WPS Hide Login peut exposer le site à des risques. Assurer la sécurité du back-office est primordial.

Manque de cohérence dans le nom de domaine : Un nom de domaine clair et représentatif du secteur, comme "sophrorelaxation.com", est préférable à des noms moins clairs qui ne reflètent pas directement le service proposé comme "jerespiredoncjesuis.com".

Navigation et lisibilité : Les problèmes de navigation et de lisibilité des menus et des textes, notés sur "Je respire donc je suis" et Helene voisin neuropsychologue peuvent frustrer les utilisateurs et devrait être évité.

Manque de mise à jour des contenus : Les blogs et réseaux sociaux non actualisés peuvent donner une impression de négligence. Une présence active et régulière est nécessaire pour maintenir l'engagement.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Cahier des charges

Voir annexes 121

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas



Paul

ÂGE : 33 ans

SEXE : Homme

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE : Méru

NIVEAU D'ÉDUCATION : Bac +5

PROFESSION : Professeur de philosophie

STAUT MATRIMONIAL : Marié

CSP : Fonctionnaire

DÉTAILS DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIO-ÉCONOMIQUES :

Marié, père de deux enfants, aisé financièrement.

COMPORTEMENTS, HABITUDES ET ATTENTES :

Paul recherche des techniques de gestion du stress et de relaxation pour concilier sa vie professionnelle et familiale. Il s'intéresse à la sophrologie pour améliorer son bien-être.

OBJECTIFS ET ASPIRATIONS :

Réduire le stress, améliorer sa qualité de vie, et trouver un équilibre entre travail et famille.

PERSONNALITÉ ET TON :

Actif, désireux d'apprendre, ouvert à de nouvelles expériences.

SCÉNARIOS D'UTILISATION :

Recherche d'un sophrologue, demande d'informations sur le déroulement des séances.

POSITIONNEMENT PAR RAPPORT AUX TECHNOLOGIES ET AU MARKETING DIGITAL :

À l'aise avec Internet, utilise régulièrement les réseaux sociaux et les moteurs de recherche pour ses recherches.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas

AXES ET TONALITÉ DE COMMUNICATION :

Informatif, rassurant, axé sur les avantages de la sophrologie pour la gestion du stress.

MOTIVATIONS DE RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Réduction du stress, amélioration de la qualité de vie.

FREINS POTENTIELS À LA RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Manque d'information et de temps.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas



Jean-Pierre

ÂGE : 60 ans

SEXE : Homme

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE : Beauvais

NIVEAU D'ÉDUCATION : Bac +5

PROFESSION : Retraité

STAUT MATRIMONIAL : Célibataire

CSP : Retraité

DÉTAILS DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIO-ÉCONOMIQUES :

Jean-Pierre vit seul, il a des revenus de retraite suffisants pour ses besoins.

COMPORTEMENTS, HABITUDES ET ATTENTES :

À la recherche de moyens pour gérer le stress de la retraite, améliorer la qualité de son sommeil et se détendre.

OBJECTIFS ET ASPIRATIONS :

Trouver des méthodes de relaxation pour profiter pleinement de sa retraite sans trop se poser de questions sur l'avenir et préserver sa santé mentale et physique.

PERSONNALITÉ ET TON :

Stressé, réfléchi, à du mal à analyser ses pensées et à la recherche de solutions pratiques.

SCÉNARIOS D'UTILISATION :

Recherche de séances de sophrologie pour les seniors, consulte des sites web pour en savoir plus.

POSITIONNEMENT PAR RAPPORT AUX TECHNOLOGIES ET AU MARKETING DIGITAL :

Utilise internet, mais moins fréquemment que les générations plus jeunes.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas

AXES ET TONALITÉ DE COMMUNICATION :

Axé sur la sérénité, la tranquillité, et la santé à long terme.

MOTIVATIONS DE RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Gestion du stress de la retraite, amélioration du sommeil, canaliser ses pensées.

FREINS POTENTIELS À LA RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Peut être sceptique vis-à-vis des approches non traditionnelles, besoin d'informations claires et rassurantes.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas



Sophie et son enfant

ÂGE : 40 ans

SEXE : Femme

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE : Méru

NIVEAU D'ÉDUCATION : Bac +2

PROFESSION : Mère au foyer

STAUT MATRIMONIAL : Mariée

REVENU : Moyen

CSP : Employée

DÉTAILS DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIO-ÉCONOMIQUES :

Mariée, mère de deux enfants, revenu familial moyen. Sophie a un enfant de 8 ans qui éprouve des difficultés émotionnelles et de concentration à l'école.

COMPORTEMENTS, HABITUDES ET ATTENTES :

Sophie est très impliquée dans la vie de son enfant et est préoccupée par ses problèmes émotionnels et de concentration. Elle cherche des solutions alternatives pour aider son enfant et améliorer sa qualité de vie.

OBJECTIFS ET ASPIRATIONS :

Trouver un professionnel de la sophrologie qui peut aider son enfant à mieux gérer ses émotions, à se concentrer à l'école et à retrouver la confiance en lui.

PERSONNALITÉ ET TON :

Inquiète, aimante, déterminée à aider son enfant.

SCÉNARIOS D'UTILISATION :

Recherche en ligne de sophrologues spécialisés dans le traitement des enfants, demande d'informations sur les méthodes et les résultats pour les enfants.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas

POSITIONNEMENT PAR RAPPORT AUX TECHNOLOGIES ET AU MARKETING DIGITAL :

Utilise Internet pour la recherche d'informations.

AXES ET TONALITÉ DE COMMUNICATION :

Axé sur l'empathie, la compréhension des besoins spécifiques des enfants, et la promesse d'améliorer la vie de l'enfant.

MOTIVATIONS DE RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Aider son enfant à gérer les émotions, améliorer sa concentration, renforcer la confiance en soi.

FREINS POTENTIELS À LA RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Préoccupée par les coûts, recherche des preuves de succès dans le traitement des enfants, cherche des recommandations solides.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas



Laura

ÂGE : 28 ans

SEXE : Femme

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE : Digital nomade

NIVEAU D'ÉDUCATION : Bac +3

PROFESSION : Freelance web design & développement

STAUT MATRIMONIAL : célibataire

REVENU : Variable

CSP : Indépendante

DÉTAILS DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIO-ÉCONOMIQUES :

Célibataire, voyage fréquemment pour le travail, instable financièrement en tant que freelance.

COMPORTEMENTS, HABITUDES ET ATTENTES :

Laura cherche des moyens de gérer le stress lié à son mode de vie effréné, ouverte aux approches alternatives pour améliorer son bien-être.

OBJECTIFS ET ASPIRATIONS :

Réduire le stress, améliorer la concentration, et trouver des méthodes de relaxation qu'elle peut pratiquer lors de ses voyages.

PERSONNALITÉ ET TON :

Créative, aventureuse, ouverte d'esprit.

SCÉNARIOS D'UTILISATION :

Recherche en ligne de séances de sophrologie adaptées à un mode de vie nomade, utilise des applications mobiles pour ses besoins.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Personas

POSITIONNEMENT PAR RAPPORT AUX TECHNOLOGIES ET AU MARKETING DIGITAL :

Très à l'aise avec les technologies, dépendante de son smartphone.

AXES ET TONALITÉ DE COMMUNICATION :

Axé sur la flexibilité, la portabilité, et l'intégration dans un mode de vie actif.

MOTIVATIONS DE RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Gestion du stress, amélioration de la concentration et consultation en ligne

Programme de masterclass sur la sophrologie

Guide audio de relaxation

FREINS POTENTIELS À LA RÉSERVATION D'UNE SÉANCE DE SOPHROLOGIE :

Recherche des solutions pratiques et abordables ne pas avoir la possibilité d'avoir une consultation en ligne

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Conclusion des personas

Pour que le site web puisse répondre aux différents besoins du public visé, il doit comporter.

Design et Navigation :

Interface intuitive et facile à naviguer.

Utilisation de couleurs apaisantes et de visuels évoquant la sérénité.

Mise en avant des informations importantes de manière claire et concise.

Contenu :

Sections dédiées aux différents besoins (gestion du stress, amélioration du sommeil).

Section témoignages de clients ayant bénéficié des séances de sophrologie.

Articles informatifs sur les bienfaits de la sophrologie.

Langage et Ton :

Utilisation d'un ton rassurant, empathique et professionnel.

Clarification des approches de la sophrologie de manière transparente.

Éviter un langage trop technique pour faciliter la compréhension.

Accessibilité :

Police de caractères lisible, adaptée au public.

Canaux de Communication :

Communication claire des avantages de la sophrologie

Utilisation de réseaux sociaux pour diffuser des informations pertinentes et interagir avec la communauté.

Réservation en Ligne :

Processus de réservation simple et sécurisé.

Possibilité de poser des questions en ligne pour dissiper les éventuels doutes.

I. PRÉSENTATION DU SUJET

Conclusion des personas

Témoignages et Cas Pratiques :

Intégration de témoignages écrits de clients.

Cas pratiques décrivant comment la sophrologie a amélioré la vie quotidienne de gens.

Mobile-Friendly :

Conception responsive pour une expérience utilisateur optimale sur les appareils mobiles.

Confidentialité et Sécurité :

Garantie de la confidentialité des informations personnelles.

Mention des certifications et qualifications de la sophrologue pour renforcer la confiance.

Consultation en ligne : (à intégrer plus tard)

Possibilité aux personnes vivant loin de bénéficier de consultation visio et pour les plus autonomes programme masterclass sur la sophrologie et des guides audio sur la relaxation sur Spotify.

Conclusion

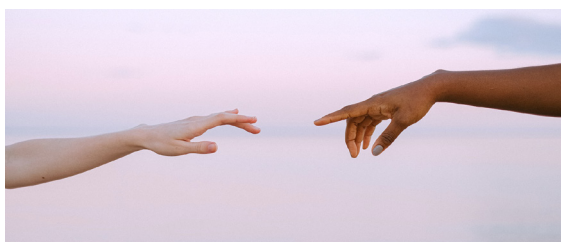
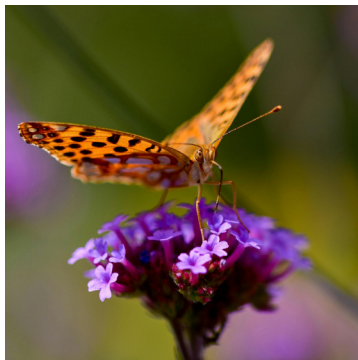
En adoptant ces approches, le site répondrait aux besoins de l'ensemble du public tout en créant une atmosphère rassurante et accueillante pour les personnes intéressés par la sophrologie.

II. Choix artistiques

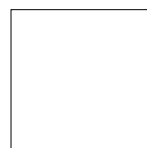
II. CHOIX ARTISTIQUES

Moodboard

« Explorez la sophrologie, naviguez
au cœur de l'équilibre émotionnel »



Mots inspirants :
Lune, papillon,
conscience, émotions,
transformation sérénité



II. CHOIX ARTISTIQUES

Identité visuelle



AUDREY DEJAEGERE
SOPHROLOGUE

Formes

J'ai choisi un visage en forme de croissant de lune avec un papillon à l'intérieur. Cette idée est adaptée pour un logo de sophrologie en raison de plusieurs significations symboliques qui peuvent être associées à cette conception.

LA LUNE ET LE VISAGE :

La lune incarne des notions de croissance personnelle et de transformation, la régénération reflétant le parcours intérieur que la sophrologie propose. La lune passe par différentes phases, tout comme le processus de croissance personnelle et de développement que les individus traversent en pratiquant la sophrologie. La douceur et le calme du croissant de lune évoquent les moments de sérénité que la sophrologie cherche à instiller. L'association d'un visage à la forme du croissant de lune permettrait de véhiculer visuellement l'idée d'une harmonie entre le corps et l'esprit, fondement de la pratique de la sophrologie. L'introspection liée à la lune correspond à l'exploration intérieure que la sophrologie encourage. Le croissant de lune, symbolisant la transition entre l'obscurité et la lumière, peut représenter le cheminement vers un meilleur équilibre mental et émotionnel. Ce logo peut également représenter l'équilibre entre les contraires, la recherche de la paix intérieure et la capacité à trouver la lumière même dans l'obscurité.

LE PAPILLON :

Il symbolise la transformation, la croissance personnelle et le changement positif. Dans le contexte de la sophrologie, il représente le processus de développement personnel et de transformation intérieure que les clients vivent grâce à la pratique de la sophrologie. Il évoque également la libération.

En combinant le visage croissant de lune et le papillon, j'ai créé un logo qui raconte une histoire et qui transmet un message. Le croissant de lune entoure le papillon, symbolisant la protection, le confort et l'épanouissement. Cela renforce l'idée que la sophrologie est une discipline puissante pour se reconnecter avec soi-même, se libérer de l'anxiété et des tensions, et réaliser un voyage de transformation personnelle. En adoptant un design simple et élégant, le logo serait facilement mémorisable et identifiable par le public visé.

II. CHOIX ARTISTIQUES

Identité visuelle

Couleurs

Les couleurs jouent un rôle crucial dans la conception d'un logo, car elles peuvent évoquer des émotions, des valeurs et des sentiments spécifiques.

Le violet est souvent associé à la créativité, à la spiritualité et à la transformation intérieure. Dans le contexte de la sophrologie, cette couleur pourrait évoquer la recherche de l'équilibre mental, de la paix intérieure et du bien-être émotionnel. La sophrologie vise à aider les individus à développer une conscience plus profonde d'eux-mêmes et à explorer leur monde intérieur, ce qui peut être symbolisé par le violet.



WEB : #7f5bcc
RVB : 127 91 204
CMJN : 68%, 69%, 0%, 0%
TSL : 258° 55% 80%



Le bleu est généralement associé à la tranquillité, à la confiance et à la sérénité. Dans le contexte de la sophrologie, cette couleur pourrait représenter le calme mental, la relaxation et la gestion du stress. La sophrologie encourage souvent la détente et la méditation, ce qui peut être symbolisé par le bleu.

WEB : #4d58de
RVB : 77 88 222
CMJN : 82%, 68%, 0%, 0%
TSL : 234° 65% 87%

II. CHOIX ARTISTIQUES

Identité visuelle

Typographie

La typographie est fondamentale dans le design, car elle transmet instantanément la personnalité, l'émotion et le caractère d'un logo.

LATO REGULAR (TITRE/TEXTE)

Az Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zz

CLARTÉ ET LISIBILITÉ :

Lato est une police sans empattement (sans serif) qui est connue pour sa lisibilité, même à de petites tailles. Elle est adaptée à la lecture sur divers appareils.

MODERNITÉ :

Elle a un design moderne et propre, ce qui peut évoquer une image professionnelle et contemporaine pour le site web. Cette modernité peut s'associer aux pratiques sophrologiques en les présentant comme actuelles et adaptées à la vie moderne.

HARMONIE :

Lato possède des proportions équilibrées et une esthétique simple. Cela peut transmettre une sensation d'harmonie et de calme, ce qui est en adéquation avec les objectifs de la sophrologie visant à apporter une harmonie entre le corps et l'esprit.

MERRIWEATHER BOLD (SOUS-TITRE)

Az Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

ÉLÉGANCE :

Merriweather est une police avec empattement (serif) qui peut apporter une touche d'élégance et de raffinement. Les sous-titres sont souvent utilisés pour mettre en valeur certaines parties du contenu, et cette élégance peut refléter la profondeur et la sérénité recherchées dans la sophrologie.

LISIBILITÉ :

Bien que cette police ait des empattements, ils sont assez distincts, ce qui contribue à une bonne lisibilité, même à des tailles plus petites. Cela est important pour les sous-titres, qui doivent être clairs et faciles à lire.

CONNEXION AU PASSÉ :

Les empattements dans les polices de caractères ont souvent des connotations classiques et traditionnelles. En utilisant Merriweather pour les sous-titres peut évoquer une connexion à des pratiques anciennes et établies, ce qui peut renforcer le sentiment de confiance dans les méthodes de la sophrologie.

II. CHOIX ARTISTIQUES

Identité visuelle

Logo en situation



II. CHOIX ARTISTIQUES

Illustrations vectorielles



AUDREY DEJAEGERE
SOPHROLOGUE

Logo



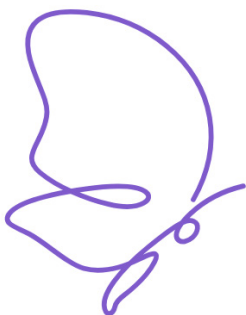
Accueillir la Sérénité
icône animé venant de
flaticon



Épanouissement Personnel
icône animé venant de
flaticon



Équilibre Intérieur
icône animé venant de
flaticon



Mon Histoire
icône animé
Bibliothèque lottie

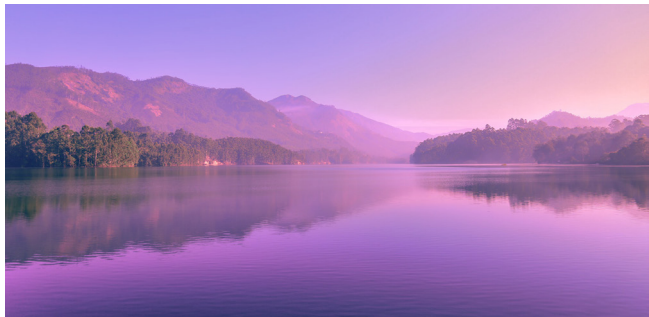


Séance de Sophrologie
icône animé
Bibliothèque lottie

II. CHOIX ARTISTIQUES

Images

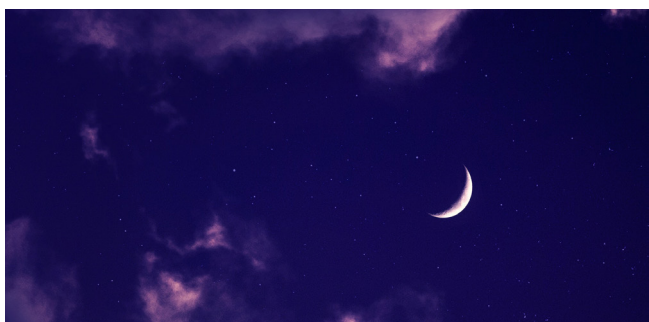
J'ai utilisé pexels pour récupérer des images libres de droits.



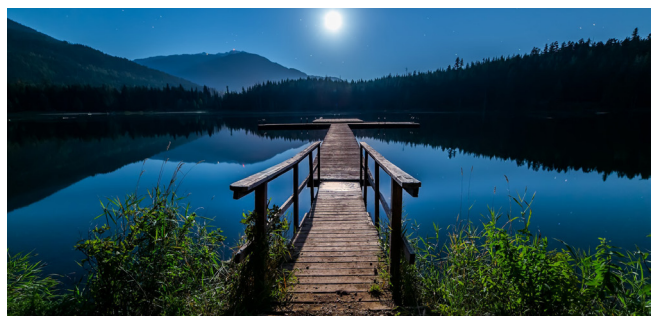
Accueil



Sophrologie



À propos



Contact

II. CHOIX ARTISTIQUES

Images



Section
Enfants



Section
Adolescents



Section
Adultes



Section
Séniors

II. CHOIX ARTISTIQUES

Images



Blog



Article
gestion du stress

III. Site web

III. SITE WEB

Arborescence du site

Accueil

Sophrologie

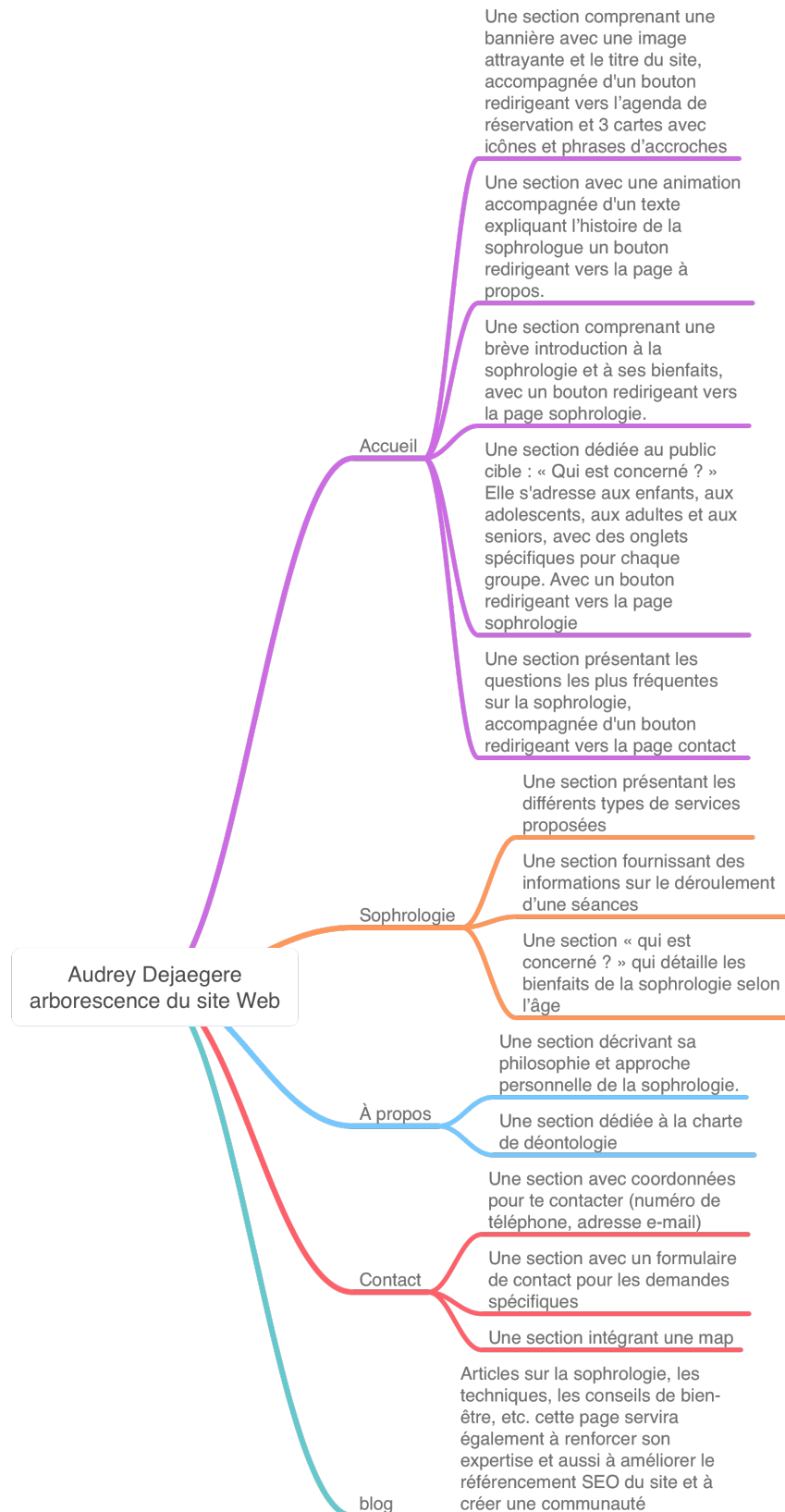
A propos

Contact

Blog

III. SITE WEB

Arborescence du site



III. SITE WEB

Maquettes



III. SITE WEB

Maquettes



Page Sophrologie

III. SITE WEB

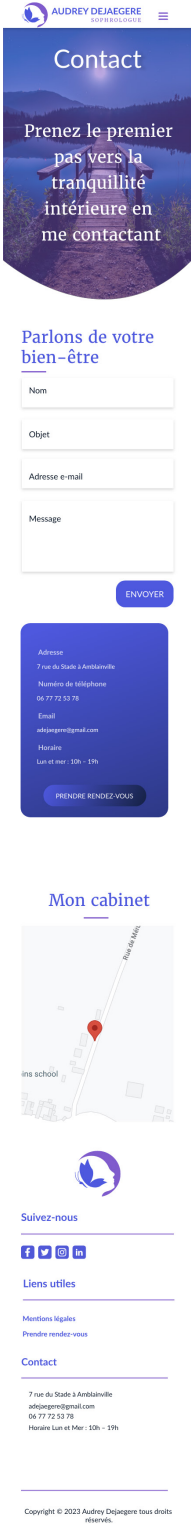
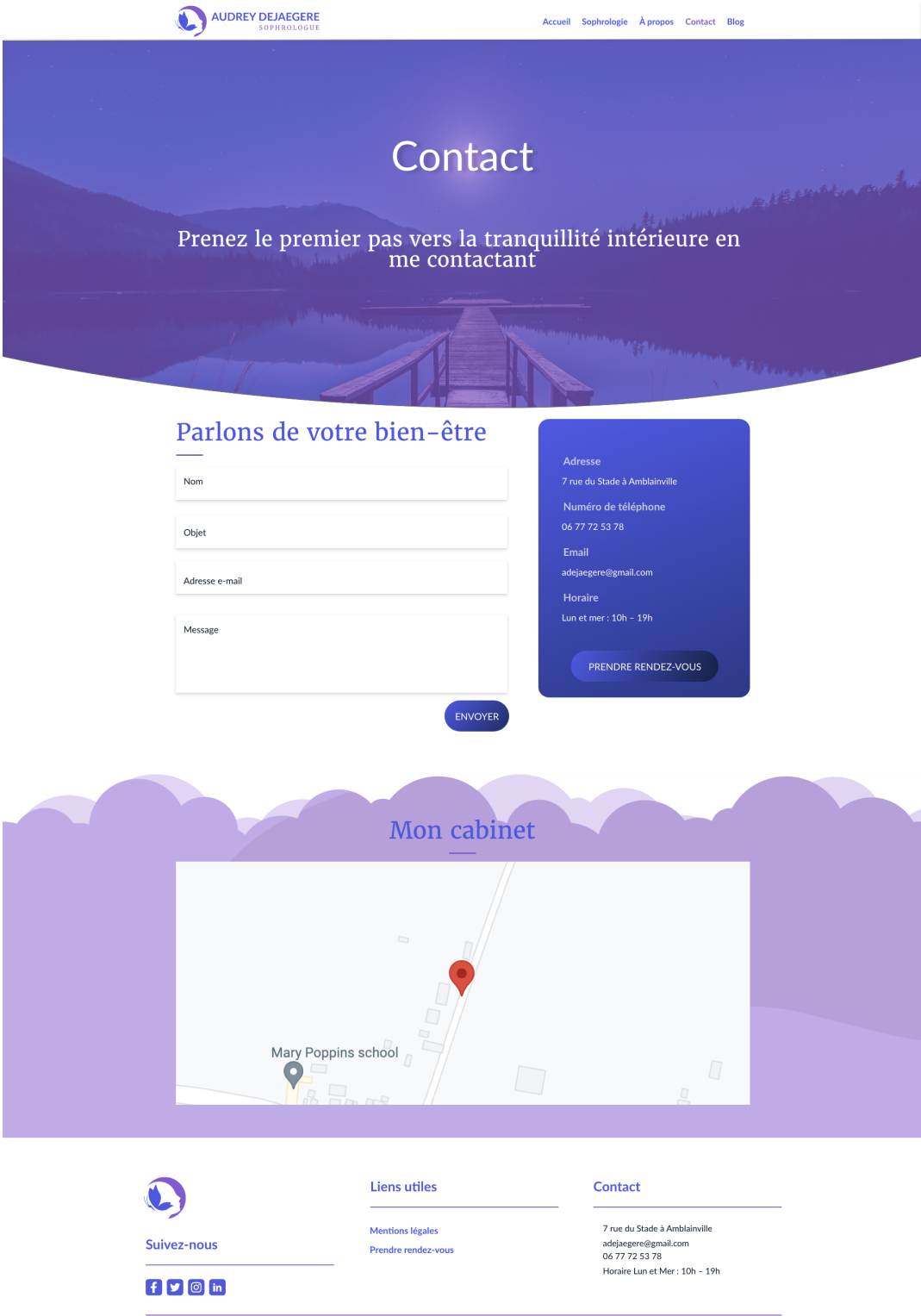
Maquettes



Page A propos

III. SITE WEB

Maquettes



III. SITE WEB

Maquettes



AUDREY DEJAEGERE
SOPHROLOGUE

Accueil

Sophrologie

À propos

Contact

Blog



Blog

Articles et Conseils de Sophrologie



La gestion du stress au quotidien

La confiance en soi est un élément essentiel de la santé mentale et du bien-être. La sophrologie offre des outils puissants pour renforcer la confiance en soi de manière positive. Dans cet article, nous explorerons comment la sophrologie peut vous aider à développer...

lire plus



Améliorer la qualité du sommeil

Le sommeil de qualité est essentiel pour notre bien-être général, mais de nombreuses personnes souffrent de problèmes de sommeil. La sophrologie peut être une solution naturelle pour améliorer votre sommeil. Dans cet article, nous explorerons comment la sophrologie...

lire plus



La gestion du stress au quotidien

Le stress est une réalité quotidienne pour de nombreuses personnes. La sophrologie offre une approche holistique pour gérer le stress et favoriser la détente. Dans cet article, nous explorerons comment vous pouvez utiliser la sophrologie dans votre vie quotidienne...

lire plus



Améliorer la qualité du sommeil

Le sommeil de qualité est essentiel pour notre bien-être général, mais de nombreuses personnes souffrent de problèmes de sommeil. La sophrologie peut être une solution naturelle pour améliorer votre sommeil. Dans cet article, nous explorerons comment la sophrologie...

lire plus



La gestion du stress au quotidien

Le stress est une réalité quotidienne pour de nombreuses personnes. La sophrologie offre une approche holistique pour gérer le stress et favoriser la détente. Dans cet article, nous explorerons comment vous pouvez utiliser la sophrologie dans votre vie quotidienne...

lire plus



Suivez-nous

Liens utiles

Mentions légales

Prendre rendez-vous

Contact

7 rue du Stade à Amblainville

adejaegere@gmail.com

06 77 72 53 78

Horaires Lun et Mer : 10h - 19h



Suivez-nous

Liens utiles

Mentions légales

Prendre rendez-vous

Contact

7 rue du Stade à Amblainville

adejaegere@gmail.com

06 77 72 53 78

Horaires Lun et Mer : 10h - 19h

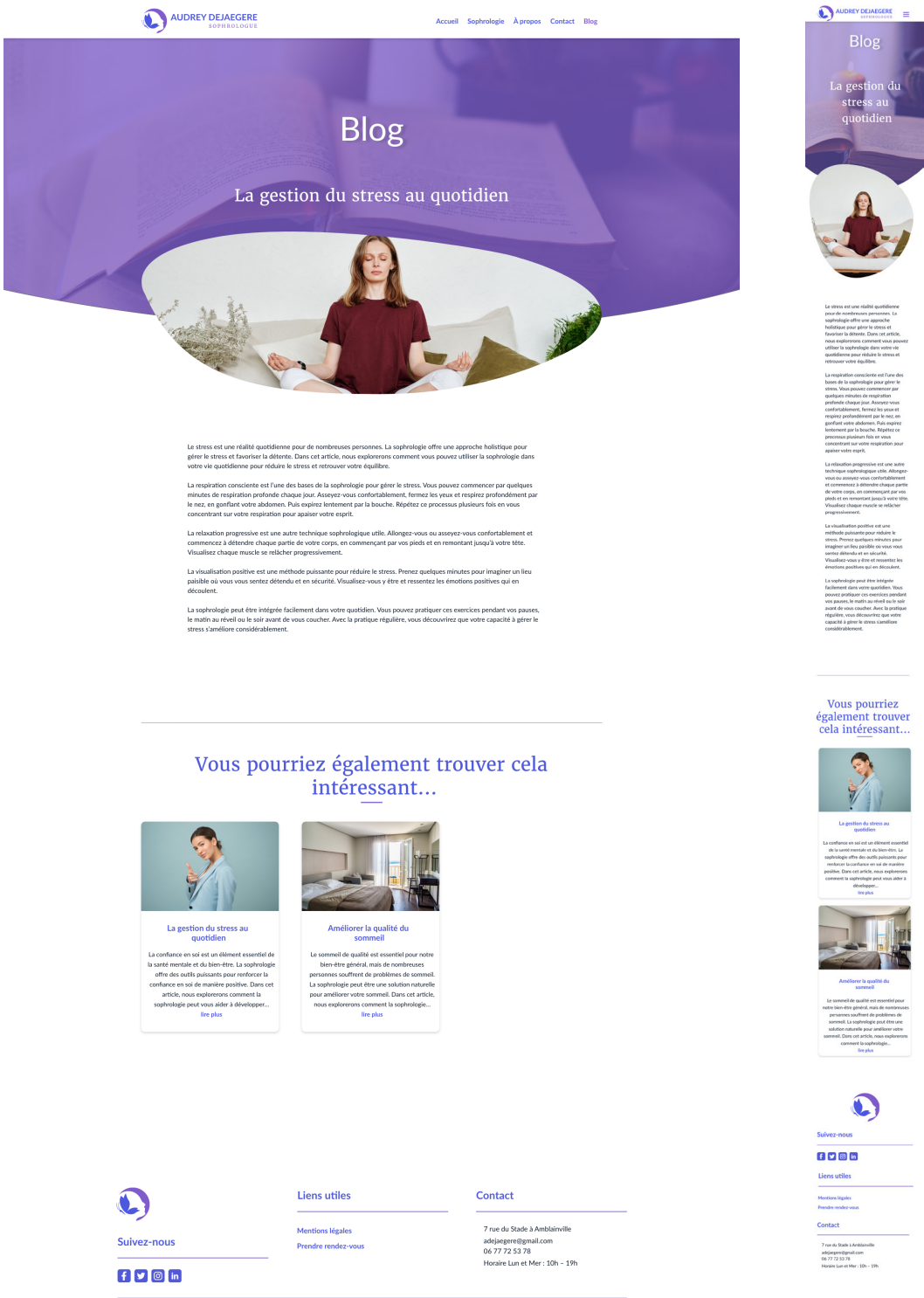
Copyright © 2023 Audrey Dejaegere tous droits réservés.

Page Blog

48

III. SITE WEB

Maquettes



III. SITE WEB

Hébergement

Hostinger est l'héberger que j'ai choisi pour le site de sophrologie d'Audrey Dejaegere en raison de son rapport qualité-prix, sa facilité d'utilisation et ses performances. Avec des tarifs intéressant , une interface utilisateur intuitive et un support technique disponible 24/7, Hostinger offre une solution fiable pour les petites entreprises. Il assure également une haute disponibilité du site et des fonctionnalités de sécurité solides comme les certificats SSL gratuits et les protections contre les attaques malveillantes. De plus il est optimisé pour WordPress ce qui en fait une plateforme idéale pour garantir une présence en ligne efficace et sécurisée.

J'ai choisi l'option Business

Choisissez le meilleur plan d'hébergement WordPress Infogéré

Hébergement WordPress compatible avec toutes les autres plates-formes. Obtenez des performances exceptionnelles pour votre site web, quelle que soit sa structure.

Premium	Business	Cloud Startup
Une solution idéale pour les sites web personnels	Augmentez votre niveau avec plus de puissance et des fonctionnalités améliorées	Profitez de performances optimisées et de ressources puissantes
11,99 € Économisez 75%	14,99 € Économisez 70%	19,99 € Économisez 50%
2,99 €/mois *Pour une commande de 48 mois ; TVA non incluse	4,49 €/mois *Pour une commande de 48 mois ; TVA non incluse	9,99 €/mois *Pour une commande de 48 mois ; TVA non incluse
+ 3 mois gratuits	+ 3 mois gratuits	+ 3 mois gratuits
Commander	Commander	Commander
5,99 €/mois lors du renouvellement	7,99 €/mois lors du renouvellement	16,99 €/mois lors du renouvellement
Ressources principales	Ressources principales	Ressources principales
✓ 100 sites web	✓ 100 sites web	✓ 300 sites web

Navigation: Accueil | Sites Web | Hébergement | Emails | Noms de Domaine | VPS | Facturation

Recherche: audreydejaegere-sophro... | Recherche

Tableau de Bord | Sites Web - audreydejaegere-sophrologue.fr

Site web créé le : 2023-11-08 | [Mettre à niveau](#) | [Panneau d'administration](#)

Business Web Hosting Actif Voir les détails	Nom de domaine Actif Gérer	Email gratuit En attente de configuration Configuration	Sauvegardes quotidiennes Activé Gérer
--	---	--	--

Score de performance
94
Appareil de bureau
Dernière analyse le 2023-11-08
[Exécuter un test de vitesse](#)

Le site web est sécurisé
Aucun logiciel malveillant trouvé
[Voir les détails](#)

Gestionnaire de fichiers | **Bases de Données** | **Aperçu de WordPress**

Conseils pour s'améliorer

Accélérez votre site web avec LiteSpeed
Accélérez la vitesse de votre site web avec un plug-in LiteSpeed Cache tout-en-un, doté d'un cache au niveau du serveur et d'un ensemble de fonctionnalités d'optimisation
[Installer LiteSpeed](#)

III. SITE WEB

Nom de domaine

Voici le nom de domaine disponibles que je propose pour le futur site web avec hostinger

Le nom de domaine est disponible !

audreydejaegere-sophrologue.fr

7,99 €/an

[Ajouter au panier](#)

 This domain is suitable for Audrey Dejaegere, a sophrologist, who can use it to establish her online presence and provide information about her services to potential clients in France.

CLARTÉ ET PERTINENCE :

Le nom de domaine est clair et direct, indiquant immédiatement le nom de la personne («Audrey Dejaegere») et sa profession («sophrologue»). Cette clarté est essentielle pour les visiteurs du site, car elle leur permet de comprendre immédiatement le type de site.

IDENTITÉ PERSONNELLE :

En incluant le nom complet Audrey Dejaegere dans le nom de domaine, cela ajoute une touche personnelle et permet aux visiteurs de l'identifier plus facilement. Cela renforce également la confiance des visiteurs, car ils savent qu'ils communiquent avec une personne réelle.

PROFESSIONNALISME :

L'utilisation du suffixe «.fr» suggère que le site est destiné au public français, ce qui peut être important car l'activité de la sophrologue est située en France. Il renforce également le professionnalisme du site, car il montre que nous avons pris le temps d'enregistrer un nom de domaine personnalisé.

OPTIMISATION POUR LES MOTEURS DE RECHERCHE :

Les noms de domaine contenant des mots clés pertinents, comme «sophrologue», peuvent aider à améliorer le classement du site dans les résultats des moteurs de recherche. Cela signifie que les personnes recherchant des services de sophrologie en France sont plus susceptibles de trouver le site.

MÉMORABILITÉ :

Un nom de domaine simple et mémorable est important pour que les visiteurs se souviennent du site.

«audreydejaegere-sophrologue.fr» est facile à retenir et à partager.

Le choix de ce nom de domaine est clair, professionnel, pertinent pour l'activité de la sophrologue et mémorable pour les visiteurs. Il devrait contribuer à renforcer la présence en ligne et à attirer davantage de clients potentiels.

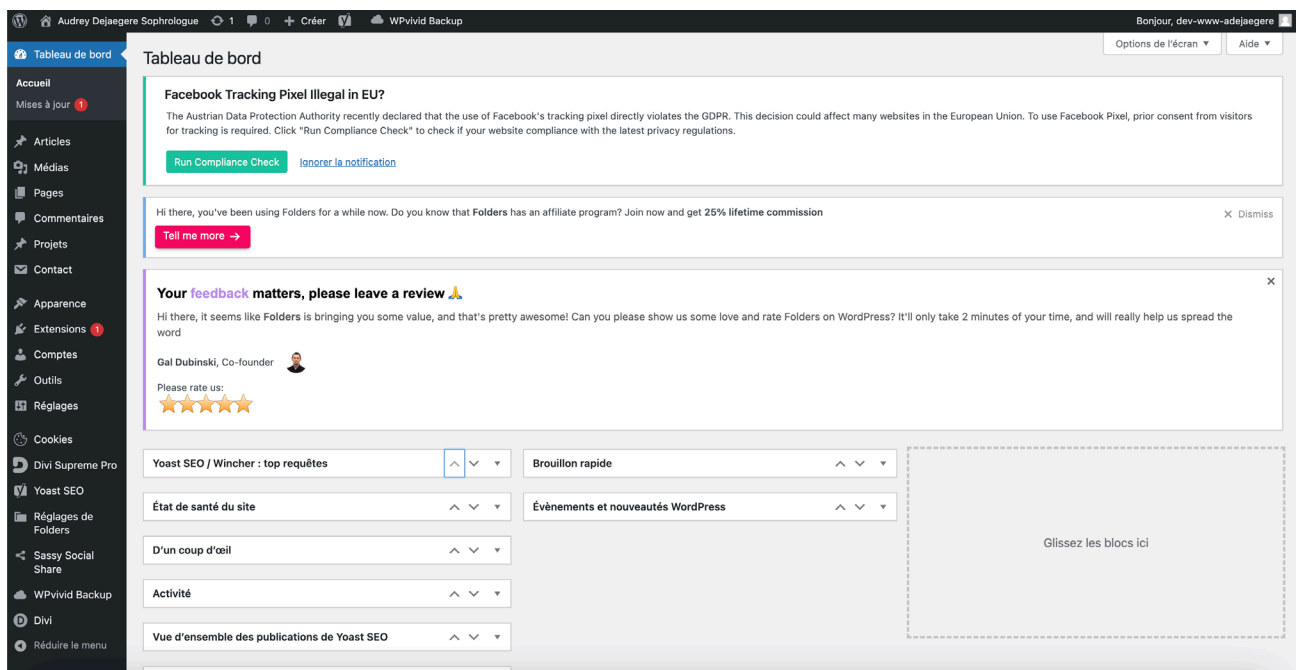
III. SITE WEB

Back-office

Local WP



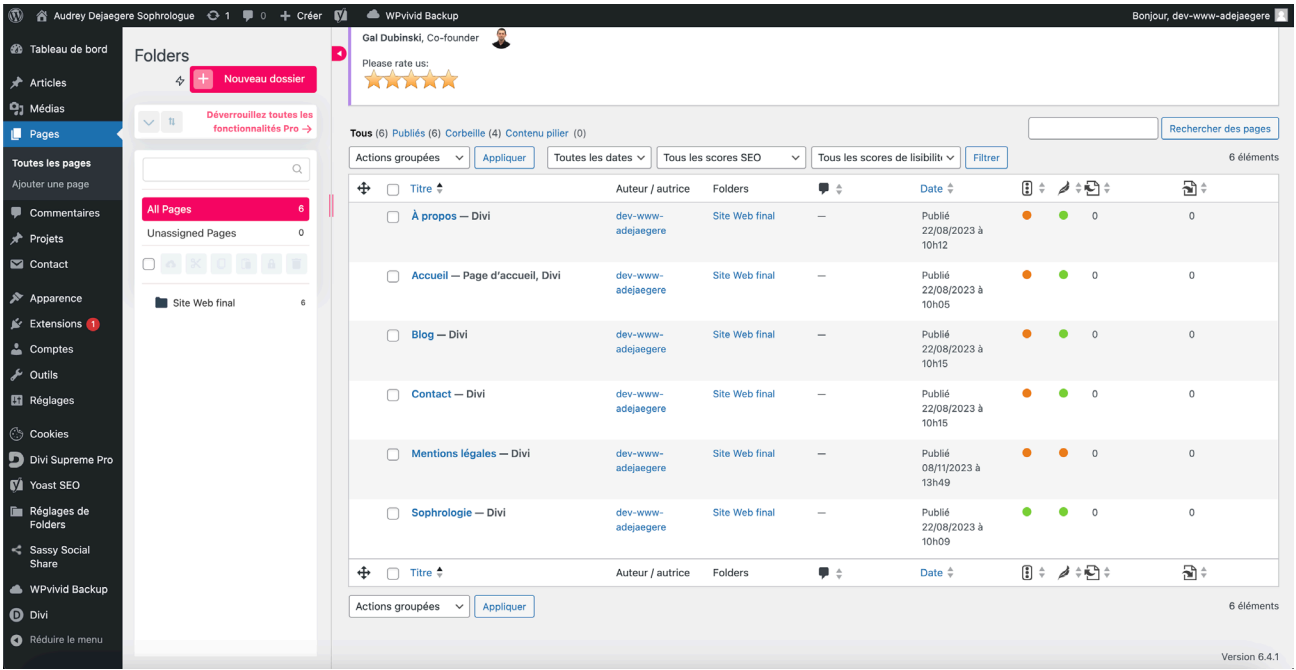
Pour réaliser le site web j'ai utilisé l'outil local WP qui permet de créer un site WordPress en local



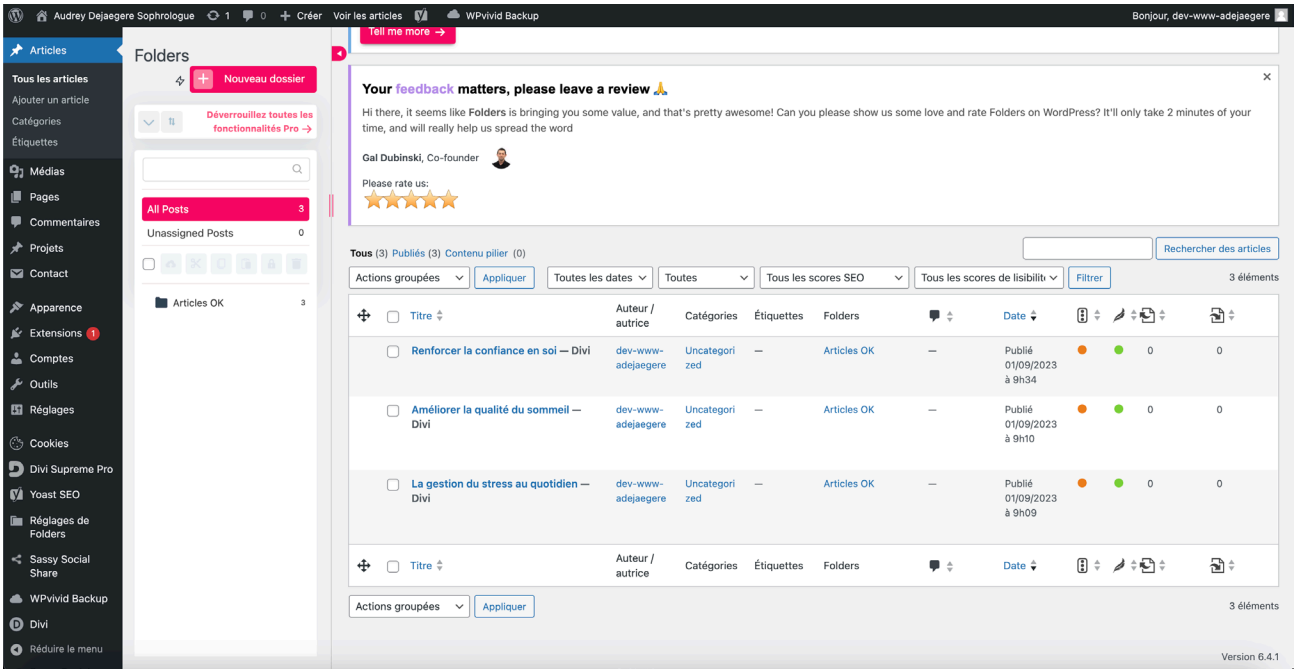
back-office

III. SITE WEB

Back-office



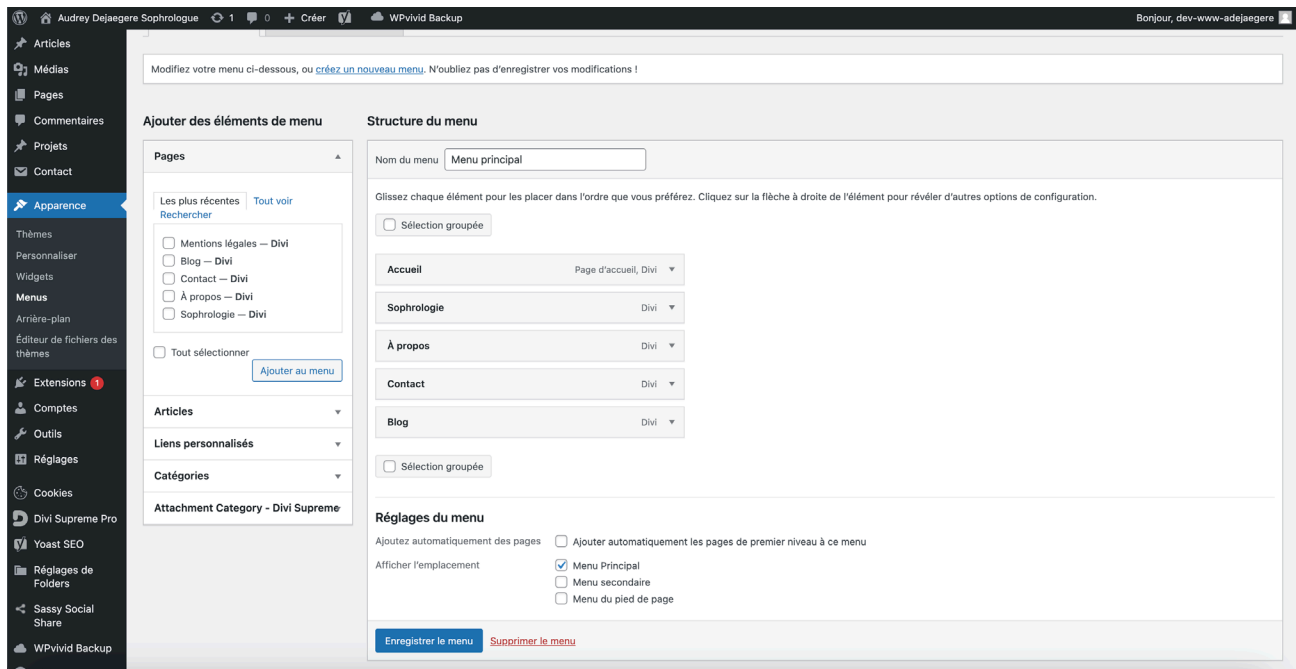
Les pages web



Les articles

III. SITE WEB

Back-office

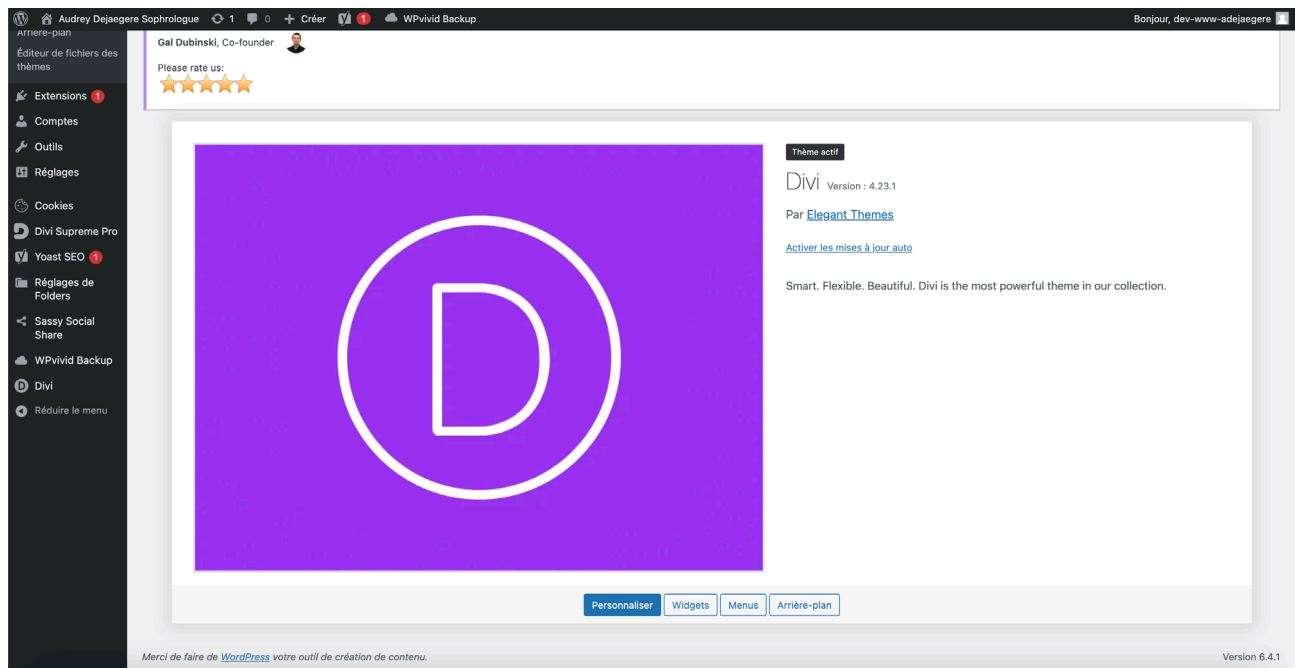


Le menu

III. SITE WEB

Back-office

Le thème et constructeur de page

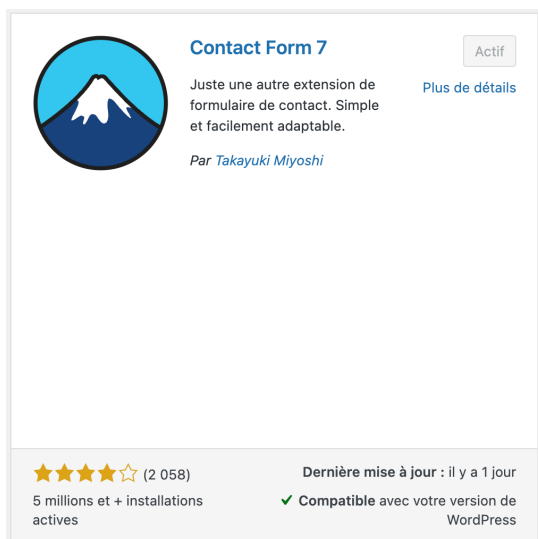


J'ai opté pour le thème WordPress Divi thème, tout en faisant usage du Divi Builder comme outil de construction de pages.

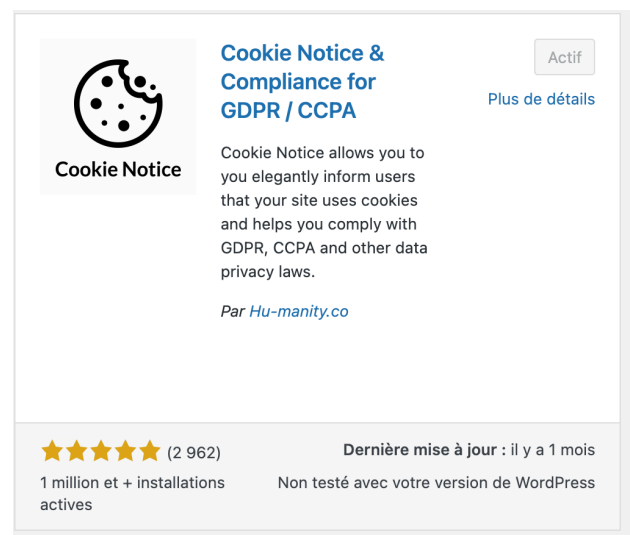
III. SITE WEB

Back-office

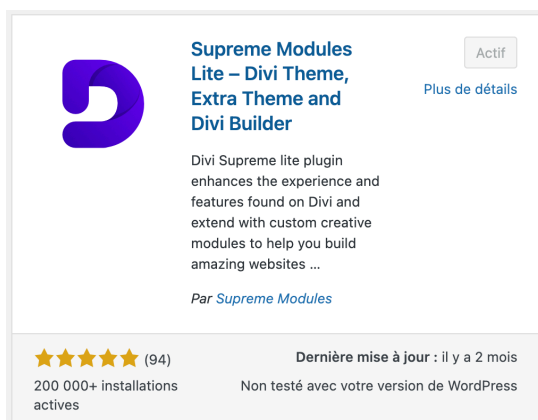
Les extensions utilisées



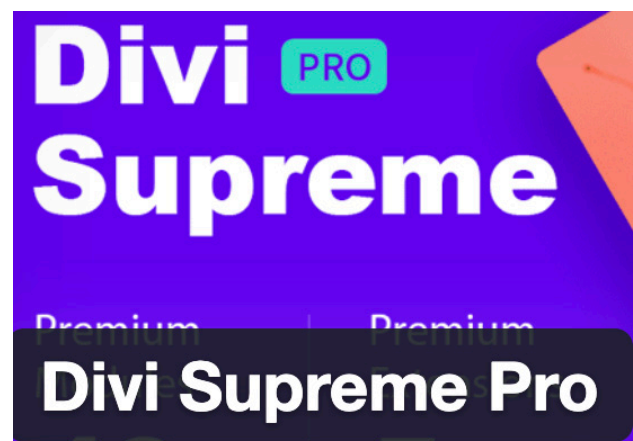
Contact From 7 pour le formulaire de contact.



Cette extension simplifie la conformité aux lois sur les cookies avec une bannière personnalisable et des fonctionnalités de gestion du consentement.



Divi suprême lite m'a permis d'intégrer les animations lotties images animées elle offre divers modules en plus.



Divi supreme pro est la version premium de divi surpreme lite qui m'a permis d'utiliser la frise chronologique elle offre davantage de modules.

III. SITE WEB

Back-office

Les extensions utilisées



Folders – Unlimited Folders to Organize Media Library Folder, Pages, Posts, File Manager
Actif
[Plus de détails](#)

🔥 With the Folders WordPress plugin create unlimited folders, organize & manage your Media Library files, Pages & Posts in folders

Par Premio

★★★★★ (1 233)

Dernière mise à jour : il y a 3 semaines

70 000+ installations actives

✓ Compatible avec votre version de WordPress

J'ai installé l'extension folders pour mieux organiser les pages et articles du site.



Social Sharing Plugin – Sassy Social Share
Actif
[Plus de détails](#)

Slickest, Simplest and Optimized Share buttons. Facebook, X (Twitter), Reddit, Pinterest, Whatsapp, Gab, Gettr and over 100 more.

Par Team Heateor

★★★★★ (486)

Dernière mise à jour : il y a 2 jours

100 000+ installations actives

✓ Compatible avec votre version de WordPress

Cette extension permet de partager des articles sur les réseaux sociaux.



SVG Support
Actif
[Plus de détails](#)

Safely upload SVG files to the Media Library with optional sanitization and minification. Render your SVG files inline for direct styling/animation of ...

Par Benbodhi

★★★★★ (317)

Dernière mise à jour : il y a 2 jours

1 million et + installations actives

✓ Compatible avec votre version de WordPress

Cette extension m'a permis d'intégrer le logo au format SVG.



WPS Hide Login
Actif
[Plus de détails](#)

Changez votre wp-login.php en ce que vous voulez.

Par WPServeur, NicolasKulka, wpformation

★★★★★ (2 066)

Dernière mise à jour : il y a 3 mois

1 million et + installations actives

Non testé avec votre version de WordPress

Par défaut, pour accéder au back-office d'un site WordPress, il faut ajouter «login» à la fin du nom de domaine du site. J'ai donc sécurisé le site en utilisant l'extension WPS Hide Login, qui permet de personnaliser l'URL d'accès au back-office afin d'éviter que n'importe qui puisse y accéder.

III. SITE WEB

Back-office

Les extensions utilisées



**Migrations,
Sauvegardes,
Staging – WPvivid**

Actif

Plus de détails

Migrate, staging, backup
WordPress, all in one.

Par *WPvivid Team*

★★★★★ (856)

300 000+ installations
actives

Dernière mise à jour : il y a 5 jours

✓ Compatible avec votre version de
WordPress

WPVivid m'a permis d'exporter mon site, qui était en local, vers celui qui est en ligne.



Yoast SEO

Actif

Plus de détails

Améliorez votre SEO avec
WordPress : rédigez de
meilleurs contenus et
obtenez un site WordPress
optimisé en utilisant
l'extension Yoast SEO.

Par *Team Yoast*

J'ai utilisé Yoast SEO pour optimiser le référencement naturel.

III. SITE WEB

RGPD

Mentions légales



AUDREY DEJAEGERE
SOPHROLOGUE

[Accueil](#) [Sophrologie](#) [À propos](#) [Contact](#) [Blog](#)

Mentions légales

Dernière mise à jour : Novembre 2023

Éditeur du site

Audrey Dejaegere
Téléphone : 06 68 50 21 39
7 rue du Stade à Amblainville
E-mail : adejaegere@gmail.com

Hébergeur du site

Hostinger International Ltd., 61 Lordou Vironos str., 6023 Larnaca, Chypre compliance@hostinger.com

Propriété intellectuelle

Le contenu de ce site, y compris les textes, images, vidéos, et tout autre matériel, est protégé par les lois sur la propriété intellectuelle. Toute utilisation non autorisée de ce contenu est strictement interdite.

Protection des données personnelles

Nous respectons la vie privée de nos visiteurs. Notre site web collecte des informations personnelles uniquement lorsque cela est nécessaire, et nous ne partageons ces informations avec des tiers qu'avec le consentement de l'utilisateur.

Responsabilité

Les informations fournies sur ce site sont à des fins d'information uniquement. La sophrologue ne garantit pas l'exactitude, l'exhaustivité ou la pertinence des informations. Les visiteurs du site sont invités à consulter un professionnel de la santé pour des conseils médicaux ou de bien-être personnalisés.

Cookies

Ce site web peut utiliser des cookies pour améliorer l'expérience de navigation des visiteurs. Les visiteurs ont la possibilité de refuser l'utilisation de cookies en configurant leur navigateur web.

Contact

Si vous avez des questions concernant ces mentions légales, veuillez nous contacter à l'adresse e-mail suivante adejaegere@gmail.com



Suivez-nous



Liens utiles

[Mentions légales](#)
[Prendre rendez-vous](#)

Inscrivez-vous à la newsletter

E-mail

MINSCRIRE

Contact

7 rue du Stade à Amblainville
adejaegere@gmail.com
06 77 72 53 78
Horaire Lun et Mer : 10h – 19h



III. SITE WEB

RGPD

Bandeau cookies



III. SITE WEB

RGPD

Formulaires

 **AUDREY DEJAEGERE**
SOPHROLOGUE

[Accueil](#) [Sophrologie](#) [À propos](#) [Contact](#) [Blog](#)

Parlons de votre bien-être

ENVOYER

Adresse
7 rue du Stade à Amblainville

Numéro de téléphone
06 77 72 53 78

Email
adejaegere@gmail.com

Horaire
Lun et mer : 10h – 19h

PRENDRE RENDEZ-VOUS

« Ce site est protégé par reCAPTCHA. La politique de confidentialité et les conditions d'utilisation de Google s'appliquent. »



V. SEO

Accessibilité



V. SEO

Accessibilité

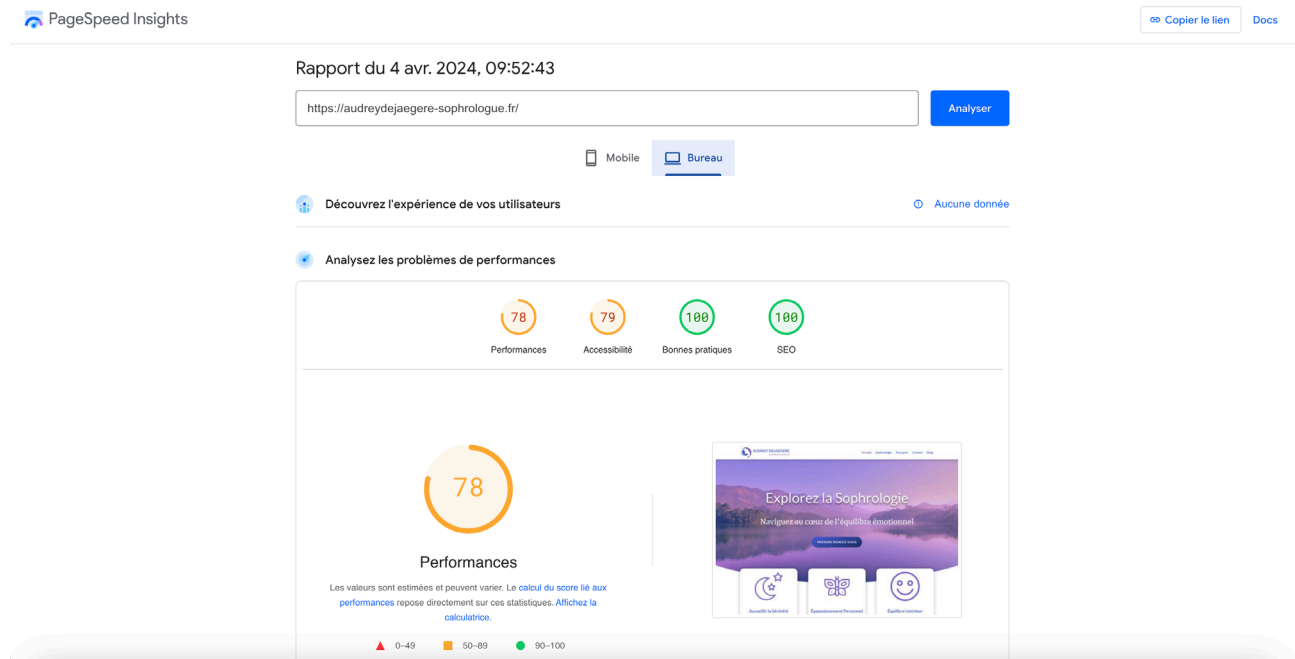


V. SEO

Accessibilité



Accessibilité



Éco-conception

Design minimaliste

Un design minimaliste comprend moins de choses à charger sur les pages, moins d'animations et réduit les émissions de CO2

Les pages se charge plus rapidement et cela offre crée une meilleure expérience utilisateur

Les images et animations

Il faut privilégier le format webp pour les images et json pour les animations

Polices et couleurs

Il faut au maximum utiliser 2 polices différentes pour favoriser le temps de chargement de la page.

Il faut au maximum 2 couleurs différentes. Moins il y aura de couleurs et moins les écrans dépenseront de l'énergie

Idéalement il faut opter pour des couleurs plus sombres comme le dark mode pour un site ou appli moins énergivore

Extensions

Supprimer les extensions inutiles qui ne sont pas utilisées

Privilégier le code que des extensions Cela réduit la surcharge et la consommation d'énergie en évitant des fonctions superflues. Le site sera plus léger et responsable

Conclusion

Ces astuces ne sont qu'un début pour réduire notre empreinte numérique. Il y en a d'autres Mais chaque petite action compte optimiser, choisir judicieusement les outils, et penser durable.

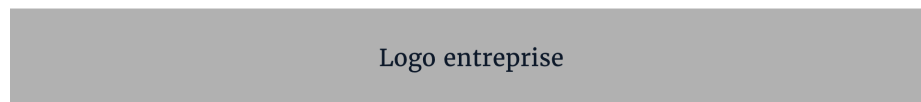
IV. Landing page

IV. LANDING PAGE

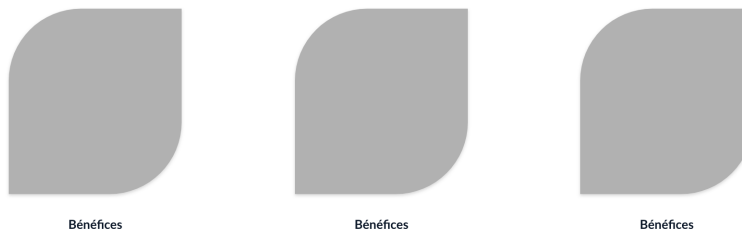
Landing page



Preuve sociale 1

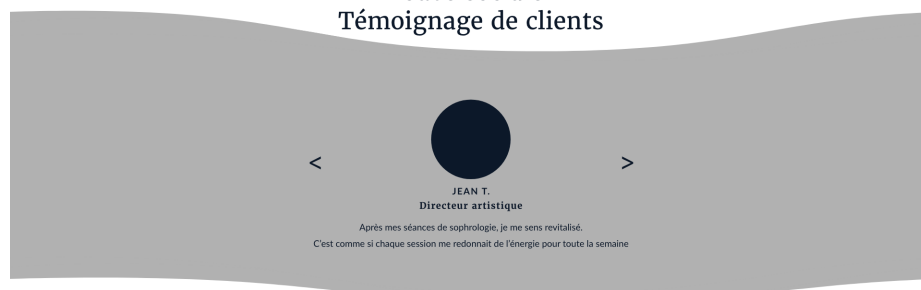


Problème client



Fonction

Preuve sociale 2
Témoignage de clients



Contact

Argument de conclusion

IV. LANDING PAGE

Landing page



Découvrez la Sophrologie

Votre chemin vers la sérénité et le bien-être



Parlons de votre bien-être

Découvrez comment la sophrologie peut transformer votre gestion du stress et favoriser votre bien-être en réservant votre premier rendez-vous téléphonique de 15 minutes, un pas vers une vie plus sereine et équilibrée.

JE DÉCOUVRE LA SOPHROLOGIE

Ils nous font confiance



Gestion du stress et de l'anxiété ? Nous avons la solution



Respiration Contrôlée



Visualisation Positive



Décontraction Musculaire

Plongez dans un monde de bien-être avec nos séances personnalisées de sophrologie et relaxation. Apprenez à maîtriser stress et anxiété grâce à des techniques de respiration contrôlée, visualisation positive, et la décontraction musculaire, conçues pour revitaliser tant l'esprit que le corps. Nos programmes sur mesure vous ouvrent la voie vers une tranquillité durable et une meilleure qualité de vie. Lancez-vous dans cette aventure apaisante et retrouvez votre sérénité intérieure.

Témoignage de clients



JEAN T.
Directeur artistique

Après mes séances de sophrologie, je me sens revitalisé.
C'est comme si chaque session me redonnait de l'énergie pour toute la semaine

Contactez-nous

Découvrez comment la sophrologie peut transformer votre gestion du stress et favoriser votre bien-être en réservant votre premier rendez-vous téléphonique de 15 minutes, un pas vers une vie plus sereine et équilibrée.

IV. LANDING PAGE

Landing page



AUDREY DE JAEGERE
PSYCHOLOGUE

Découvrez la Sophrologie

Votre chemin vers la sérénité et le bien-être

Parlons de votre bien-être

Découvrez comment la sophrologie peut transformer votre gestion du stress et favoriser votre bien-être en réservant votre premier rendez-vous téléphonique de 15 minutes, un pas vers une vie plus sereine et équilibrée.

JE DÉCOUVRE LA SOPHROLOGIE

Ils nous font confiance



L'ASSOCIATION FRANÇAISE DE LA
SOPHROLOGIE

Gestion du stress et de l'anxiété ?
Nous avons la solution



Respiration Contrôlée



Visualisation Positive



Décontraction Musculaire

Plongez dans un monde de bien-être avec nos séances personnalisées de sophrologie et relaxation. Apprenez à maîtriser stress et anxiété grâce à des techniques de respiration contrôlée, visualisation positive, et la décontraction musculaire, conçues pour éveiller tant l'esprit que le corps. Nos programmes sur mesure vous ouvrent la voie vers une tranquillité durable et une meilleure qualité de vie. Lancez-vous dans cette aventure apaisante et retrouvez votre sérénité intérieure.

Témoignage de clients



JEAN T.
Directeur artistique

Après mes séances de sophrologie, je me sens revitalisé. C'est comme si chaque session me redonnait de l'énergie pour toute la semaine

Parlons de votre bien-être

Découvrez comment la sophrologie peut transformer votre gestion du stress et favoriser votre bien-être en réservant votre premier rendez-vous téléphonique de 15 minutes, un pas vers une vie plus sereine et équilibrée.

70

V. SEO

Mots clés

Les mots-clés

MOTS-CLÉS GÉNÉRALISTES :

Sophrologie, équilibre émotionnel, relaxation, découvrez la Sophrologie, relaxation, gestion du stress, calme intérieur, sérénité, bien-être global, épanouissement personnel, équilibre Intérieur, réduire le stress et l'anxiété, relaxation, gestion du stress, Confiance en soi, Amélioration du sommeil, estime de soi, favoriser la relaxation.

MOTS-CLÉS DE MARQUE :

Audrey Dejaegere, Audrey Dejaegere Sophrologue

MOTS-CLÉS LOCAUX :

"Mon cabinet à Amblainville", "Sophrologie enfants Amblainville", "Sophrologie adolescents Amblainville", " Sophrologie adultes Amblainville", " Sophrologie seniors Amblainville", "Contactez votre sophrologue à Amblainville"

MOTS-CLÉS D'INFORMATION

Exercices de sophrologie, techniques de relaxation guidée, Notre approche de la sophrologie, Découvrez les bienfaits de la Sophrologie, La Sophrologie offre une approche holistique, des techniques de relaxation, de respiration et de visualisation, Découvrez la Sophrologie, Qui est concerné par la sophrologie ?, nos séances de sophrologie, Nos séances de relaxation, comment surmonter les doutes et les pensées négatives, des méthodes de relaxation, gérer le stress lié à l'école, Les séances de sophrologie pour les seniors, Soulager les douleurs corporelles et renforcer la vitalité.

LE CHAMP LEXICAL

Le champ lexical utilisé pour la stratégie SEO d'Audrey Dejaegere Sophrologue : Explorez la Sophrologie, équilibre émotionnel, techniques de relaxation guidée, l'harmonie entre le corps et l'esprit, offrir un moment de calme et de détente profonde, des techniques de respiration consciente et de visualisation guidée, vous aider à réduire l'anxiété, Un sommeil de qualité, une bonne santé mentale et physique, relaxation et respiration profonde, visualisation positive, des méthodes de relaxation et de visualisation, gérer les pressions scolaires, gérer leurs émotions, un moment de calme, des techniques de relaxation profonde, la réflexion positive, la gratitude et la paix intérieure, un état de relaxation profonde

Mots clés

Outils

WEB DEVELOPER :

J'ai utilisé cet outil pour inspecter la hierachisation SEO du site.

1.FR :

J'ai utilisé cet outil pour optimiser les textes.

ALYZE :

C'est un outil conçu pour l'analyse SEO du site web. Il offre la possibilité de réaliser un audit complet.

AHREFS :

J'ai utilisé cet outil pour définir mes mots-clés en complément de 1.fr

Mots clés

Présentation des balises titres (page accueil)

<https://audreydejaegere-sophrologue.fr/>

☐ 30 headings

<h1> Explorez la Sophrologie

<h2> Naviguez au cœur de l'équilibre émotionnel

<h3> Accueillir la Sérénité

<h3> Épanouissement Personnel

<h3> Équilibre Intérieur

<h2> Mon Histoire

<h2> Découvrez les bienfaits de la Sophrologie

<h2> Sérénité

<h2> Croissance

<h2> Découvrez les bienfaits de la Sophrologie

<h2> Qui est concerné par la sophrologie ?

<h3> Enfants

<h3> Adolescents

<h3> Adultes

<h3> Séniors

<h2> Les questions les plus fréquentes

<h3> Qu'est-ce que la sophrologie et comment peut-elle m'aider ?

<h3> Quelles sont les différences entre la sophrologie et la méditation ?

<h3> Puis-je pratiquer la sophrologie en groupe ou seulement en séances individuelles ?

<h3> La sophrologie est-elle adaptée aux enfants et aux adolescents ?

<h3> Quelles sont les situations où la sophrologie peut être bénéfique ?

<h3> Quels sont les avantages à long terme de la sophrologie ?

<h3> Puis-je continuer mes traitements médicaux tout en pratiquant la sophrologie ?

<h3> La sophrologie peut-elle être pratiquée par des personnes âgées ?

<h3> Besoin d'une réponse spécifique ?

<h3> Suivez-nous

<h3> Liens utiles

<h2> Inscrivez-vous à la newsletter

<h2> Merci de vous être inscrits à notre newsletter, nous sommes ravis de vous compter parmi nos lecteurs !

<h3> Contact

Mots clés

Présentation des balises images (page sophrologie)



Sophrologie enfants
Amblainville



Sophrologie adolescents
Amblainville

Mots clés

Présentation des balises images (page sophrologie)



Sophrologie adultes
Amblainville



Sophrologie seniors
Amblainville

Mots clés

Certains mots clés mis en gras :

relaxation guidée
exercices de sophrologie
approche de la sophrologie
Découvrez la Sophrologie
séances de sophrologie
mon cabinet à Amblainville
améliorer leur sommeil
gérer leurs émotions
un sommeil de qualité
Soulager les douleurs

Mots clés

Stratégie de contenu

La stratégie de contenu SEO d'Audrey doit être axée sur la création de contenu de qualité, informatif et pertinent pour les visiteurs du site :

CRÉATION DE LIENS INTERNES ET EXTERNES :

En créant des liens internes pour relier les pages du site web entre elles, et des liens externes cela permet d'aider les moteurs de recherche à comprendre la structure du site et à améliorer l'expérience utilisateur.

DES ARTICLES DE BLOG :

Sur les bienfaits de la sophrologie, des conseils et astuces pour améliorer son quotidien grâce à la sophrologie, des exercices facilement applicables.

UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX :

En partageant du contenu notamment les articles du site sur les réseaux sociaux cela augmentera le trafic.

AVIS CLIENTS (À INTÉGRER PLUS TARD) :

Lorsqu'Audrey aura suffisamment d'avis de clients satisfaits, je pourrais intégrer cette section dans le site.

Extension SEO



L'extension Yoast SEO est un outil populaire parmi les utilisateurs de WordPress j'ai choisi cette extension pour plusieurs raisons :

AMÉLIORATION DE L'OPTIMISATION PAGE WEB :

Yoast SEO fournit une analyse détaillée de la qualité du SEO d'une page web, en se basant sur des critères comme l'utilisation des mots-clés, la longueur du texte, les métadonnées, la lisibilité. Cela aide à optimiser chaque élément du contenu pour un meilleur classement.

GESTION SIMPLIFIÉE DES MÉTADONNÉES :

L'extension permet de facilement modifier les métadonnées, telles que les titres et les descriptions des pages, qui sont cruciales pour attirer l'attention dans les résultats de recherche. La personnalisation de ces éléments peut augmenter le CTR (taux de clics).

AIDE À LA STRUCTURATION DES LIENS INTERNES :

Yoast SEO aide à structurer un bon maillage interne en suggérant d'autres pages du site à lier, ce qui est essentiel pour le SEO. Une bonne structure de liens internes aide les moteurs de recherche à mieux comprendre et indexer le site.

ANALYSE DE LA LISIBILITÉ :

L'extension évalue la lisibilité du contenu, en se basant sur des facteurs comme la longueur des phrases, l'utilisation de sous-titres. Un contenu facile à lire est plus susceptible d'engager les lecteurs et d'être bien classé par les moteurs de recherche.

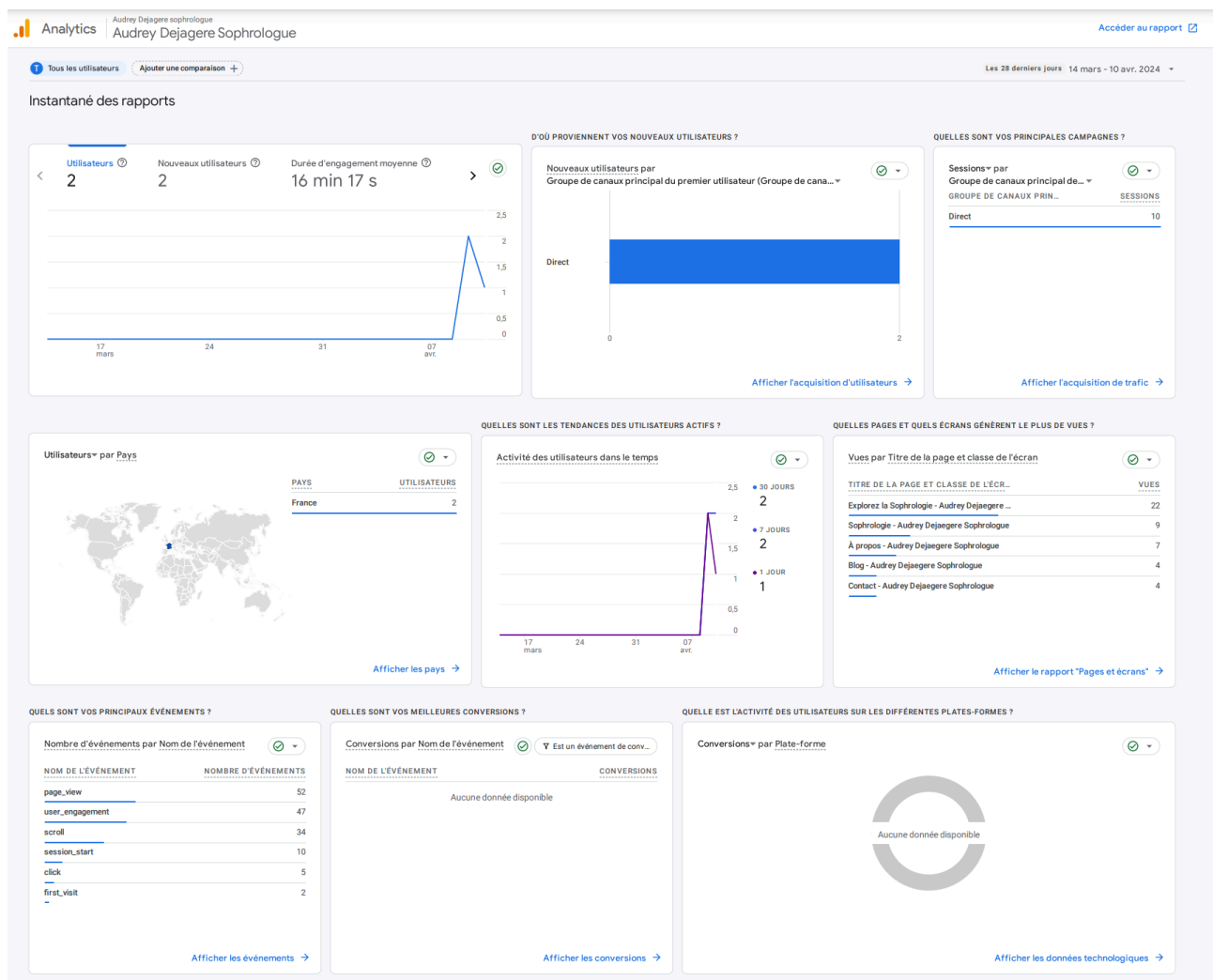
MISES À JOUR RÉGULIÈRES ET SUPPORT :

Yoast SEO est régulièrement mis à jour pour rester conforme aux dernières pratiques et changements d'algorithme de Google. De plus, il offre un support technique pour résoudre d'éventuels problèmes ou questions.

Suivi statistiques

GOOGLE ANALYTICS :

J'ai utilisé google analytics pour avoir un suivi des statistiques



Bonnes pratiques SEO

Bonnes pratiques

Voici quelques bonnes pratiques qui permettront d'améliorer le SEO :

OPTIMISER LES TITRES ET LES BALISES META DESCRIPTION :

Utiliser des balises titres et des balises meta description pertinentes et uniques pour chaque page du site afin d'aider les moteurs de recherche à comprendre le contenu du site.

OPTIMISER LES IMAGES :

Il faut compresser les fichiers image pour réduire leur taille, utiliser le format webp et penser à l'accessibilité en ajoutant des balises ALT.

AMÉLIORER LA VITESSE DU SITE :

La vitesse du site peut avoir un impact significatif sur le référencement. Assurez-vous que le site se charge rapidement en optimisant les images et en réduisant les fichiers CSS et JS.

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX :

Les réseaux sociaux peuvent être exploités pour augmenter la visibilité et le trafic du site en partageant les liens des articles à venir.

LES LIENS INTERNES ET EXTERNES :

Créer des liens internes entre les pages du site et des liens externes pour aider les moteurs de recherche à comprendre l'architecture du site et pour faciliter la navigation des visiteurs.

L'ARBORESCENCE DU SITE :

Limiter le nombre de niveaux de profondeur pour éviter de rendre la navigation complexe et confuse.

PARCOURS UTILISATEUR :

Appliquer la règle des 3 clics, où tout contenu important doit être accessible en 3 clics maximum à partir de la page d'accueil.

Bonnes pratiques SEO

RESPONSIVE DESIGN :

Le site doit être accessible sur tous les écrans (mobile, tablette, PC).

GOOGLE MY BUSINESS :

Pour améliorer le référencement local et la visibilité en ligne, il faut créer une page Google My Business.

VI. Sécurité

VI. SÉCURITÉ

Bonnes pratiques

Voici quelques bonnes pratiques qui permettront d'améliorer la sécurité :

MISES À JOUR RÉGULIÈRE :

S'assurer de maintenir le site à jour en installant les dernières mises à jour et correctifs de sécurité. Cela inclut à la fois la mise à jour du site et des extensions.

ANTI-SPAM :

Intégrer des mesures de protection contre les attaques, telles que la limitation des tentatives de connexion, ou les messages spam en utilisant un ReCAPTCHA.

CERTIFICAT SSL :

Installez un certificat SSL pour chiffrer les communications entre les utilisateurs et le site. Cela garantit que les informations sensibles sont transmises de manière sécurisée.

SAUVEGARDES RÉGULIÈRES :

Sauvegarder régulièrement le site, y compris les fichiers et la base de données. En stockant ces sauvegardes dans un emplacement sécurisé

PERSONALISER L'URL D'ACCÈS AU BACK-OFFICE :

Comme cité précédemment. Par défaut, pour accéder au back-office d'un site WordPress, il faut ajouter «login» à la fin du nom de domaine du site. J'ai donc sécurisé le site en utilisant l'extension WPS Hide Login, qui permet de personnaliser l'URL d'accès au back-office afin d'éviter que n'importe qui puisse y accéder.

VII.

Webmarketing

VII. WEBMARKETING

Choix des réseaux sociaux

Pour sélectionner les réseaux sociaux sur lesquels Audrey Dejagere serait présente, j'ai pris en compte les critères suivants :

PORTÉE AUDITIVE :

Mesure de la capacité d'une plateforme à atteindre un large public.

ENGAGEMENT :

Niveau d'interaction entre les utilisateurs et le contenu (commentaires, partages, likes).

FACILITÉ D'UTILISATION :

Evaluation de la simplicité de navigation, de publication, et d'interaction sur la plateforme.

ADÉQUATION AU CONTENU VISUEL :

Capacité de la plateforme à bien présenter et valoriser le contenu visuel (photos, vidéos).

CIBLAGE DÉMOGRAPHIQUE :

Efficacité de la plateforme à atteindre des groupes démographiques spécifiques.

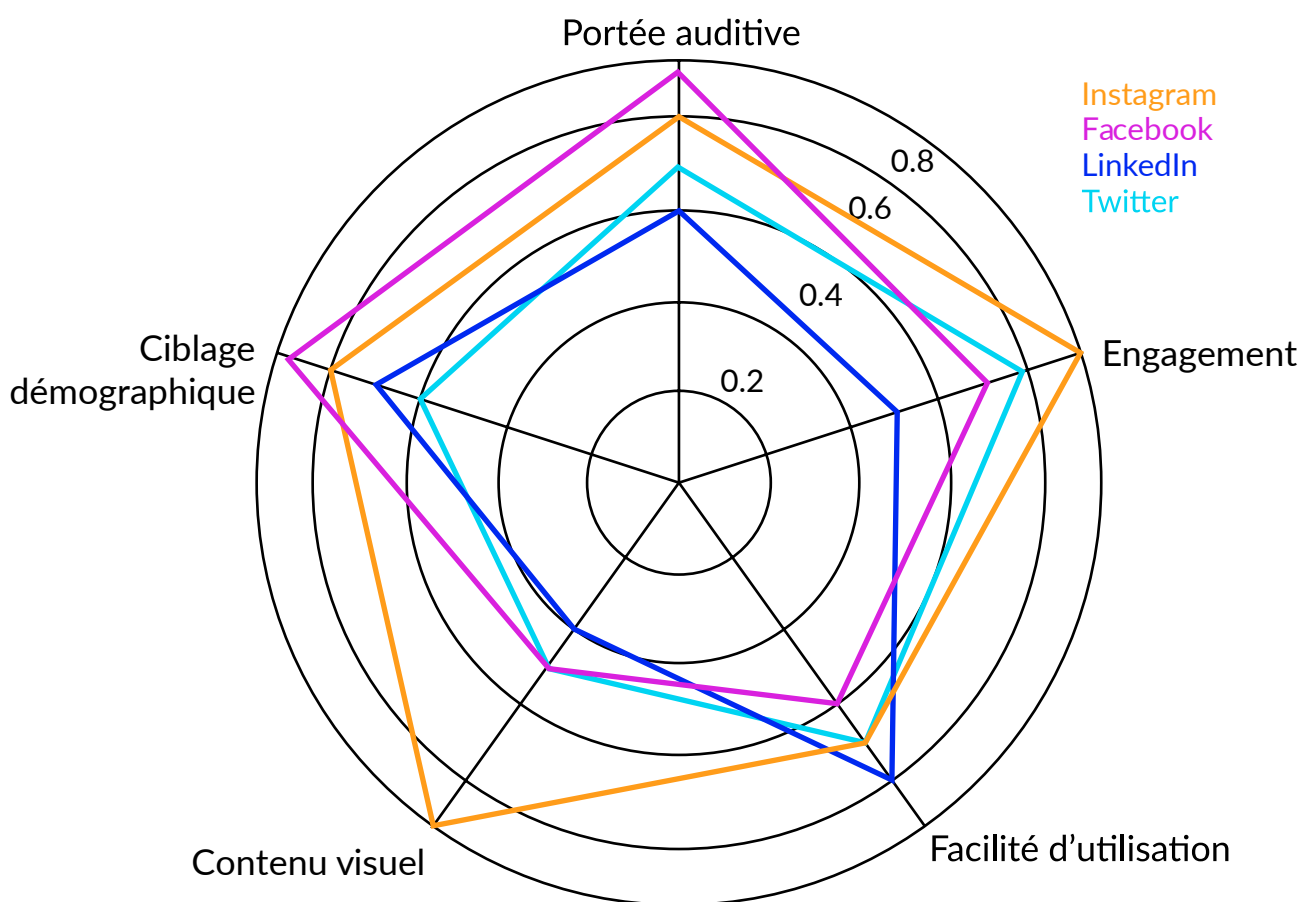
VII. WEBMARKETING

Choix des réseaux sociaux

Diagramme de kiviati

Ce diagramme fournit une comparaison directe des réseaux sociaux selon les critères : portée auditive, engagement, facilité d'utilisation, adéquation au contenu visuel, et ciblage démographique.

Comparaison des réseaux sociaux



VII. WEBMARKETING

Choix des réseaux sociaux

Tableau de Comparaison

Voici un tableau de comparaison des réseaux sociaux.

Critère	Instagram	Facebook	LinkedIn	Twitter
Portée auditive	élevée	élevée	moyenne	moyenne
Engagement	élevé	moyen	faible	elevé
Facilité d'utilisation	haute	moyenne	haute	haute
Adéquation au contenu visuel	très élevée	moyenne	faible	moyenne
Ciblage démographique	élevée	très élevée	elevé	moyen

Conclusion de l'analyse

Facebook et Instagram restent les plus pertinents, grâce à leur forte portée auditive, leur engagement élevé, et leur excellente capacité de ciblage démographique. Ils sont idéaux pour la sophrologue cherchant à toucher des personas variés comme Paul, Jean-Pierre, Sophie, et Laura.

LinkedIn est intéressant pour le réseautage professionnel mais aussi pour communiquer sur le bien-être au travail

Twitter peut toujours servir pour des interactions directes et des mises à jour rapides,

Cette analyse réaffirme l'importance de choisir des plateformes qui maximisent l'engagement et la portée, tout en correspondant au mieux aux préférences et au comportement en ligne des personas cibles.

VII. WEBMARKETING

Calendrier éditorial

Planning des publication

BLOG :

1 article par mois : Publication le mercredi.

NEWSLETTER :

1 fois par mois : Envoi le premier lundi du mois.

RESEAUX SOCIAUX :

Facebook LinkedIn et Instagram 2 fois par semaine : Publications les mardis et vendredis.

PODCAST :

Spotify 1 fois par mois : Nouvel épisode publié le dernier samedi du mois.

Cette fréquence permet de maintenir un engagement régulier avec l'audience tout en offrant une variété de contenus pour répondre à différents intérêts et modes de consommation.

Elle permet également de rester présent dans l'esprit des abonnées sans pour autant saturer leurs fils d'actualité, ce qui est crucial pour construire une relation durable et positive avec eux.

VII. WEBMARKETING

Calendrier éditorial



Calendrier éditorial Audrey Dejagere Sophrologue 🌙

Aa Nom	📅 Date	📶 Canaux	📌 Type de publication	☰ Contenu	☰ objectif marketing	☰ Mots-clés
<u>Présentation de la sophrologie</u>	@02/01/2024	FB IG In	Reel	Face cam (-1min)	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais
<u>Découvrez mon site web</u>	@05/01/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Augmenter le trafic web	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #PrenezRendezVous
<u>Le saviez-vous : l'étymologie du mot Sophrologie</u>	@09/01/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #etymologie #lesaviezvous
<u>Citation inspirante</u>	@12/01/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #citation
<u>Conseil : La gestion du stress</u>	@16/01/2024	FB IG In	Carrousel	Slide textes et images	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #stress
<u>La gestion du stress</u>	@17/01/2024	BLOG	Article	textes et images	Fidéliser et éduquer la communauté Augmenter le trafic web générer des leads	
<u>Un peu d'histoire : La création de la sophrologie</u>	@19/01/2024	FB IG In	Carrousel	Slide textes et images	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #histoire
<u>Citation inspirante</u>	@23/01/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #citation
<u>Conseil : Le sommeil</u>	@26/01/2024	FB IG In	Carrousel	Slide textes et images	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville

VII. WEBMARKETING

Calendrier éditorial

Aa Nom	Date	Canaux	Type de publication	Contenu	objectif marketing	Mots-clés
 <u>Annonce du podcast</u>	@30/01/2024	FB IG In	Reel	Face cam (-1min)	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #podcast
 <u>Début d'Année Zen : Vivez avec la Sophrologie</u>	@31/01/2024	Spotify	Podcast	Audio	Extension de portée, engager, éduquer et fidéliser	
 <u>Bienvenue en 2024 : Commencez l'année avec sérénité et objectifs de bien-être</u>	@02/02/2024	Newsletter	Email	textes et images CTA(vers le site et vers le dernier article de blog)	Fidéliser et éduquer la communauté Augmenter le trafic web générer des leads	
 <u>Le saviez-vous : La sophrologie, une passerelle vers l'équilibre émotionnel</u>	@06/02/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #lesavezvous
 <u>Citation inspirante</u>	@09/02/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #citation
 <u>Conseil : La respiration</u>	@13/02/2024	FB IG In	Carrousel	Slide textes et images	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #respiration
 <u>La confiance en soi</u>	@15/02/2024	BLOG	Article	textes et images CTA(vers les autres articles)	Fidéliser et éduquer la communauté Augmenter le trafic web générer des leads	
 <u>Un peu d'histoire : le premier congrès de la sophrologie en France</u>	@16/02/2024	FB IG In	Carrousel	Slide textes et images	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #histoire
 <u>Citation inspirante</u>	@20/02/2024	FB IG In	Visuel/Photo	Visuel respectant la charte graphique	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #citation
 <u>Conseil : L'amour de soi</u>	@23/02/2024	FB IG In	Carrousel	Slide textes et images	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre

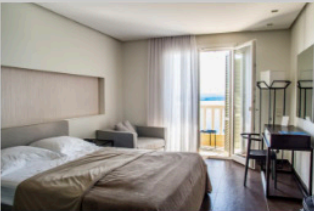
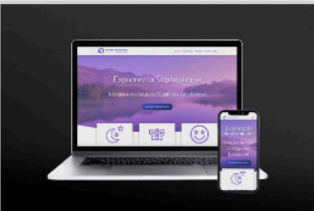
VII. WEBMARKETING

Calendrier éditorial

Aa Nom	📅 Date	📶 Canaux	📌 Type de publication	☰ Contenu	☰ objectif marketing	☰ Mots-clés
						#amblainville #beauvais #amour
 <u>Annonce du podcast</u>	@26/02/2024	FB IG In	Reel	Face cam (-1min)	Éduquer et engager la communauté	#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #podcast
 <u>Cultiver l'Amour de Soi avec la Sophrologie : Transformer Nos Émotions en Alliées</u>	@28/02/2024	Spotify	Podcast	Audio	Extension de portée, engager, éduquer et fidéliser	

VII. WEBMARKETING

Exemple de post

Conseil bien-être Pratiquez la gratitude quotidienne pour améliorer votre perspective	 L'amour de soi à travers la sophrologie	Soyez l'amour que vous recherchez dans le monde
Un peu d'histoire En 1972 1er congrès de la sophrologie en France à la Pitié Salpêtrière a marqué son expansion hors du milieu médical	 Renforcer la confiance en soi	En pratiquant la sophrologie nous devenons les gardiens de notre propre bien-être
Conseil bien-être Pratiquez la respiration consciente pour réduire l'anxiété en utilisant la méthode 5-5-5	 Améliorer la qualité du sommeil	Le bien-être émotionnel commence par l'acceptation de soi et la reconnaissance de ses émotions
Un peu d'histoire La sophrologie a été créée en 1960 par le neuropsychiatre Alfonso Caycedo	 La gestion du stress au quotidien	La sophrologie vous encourage à vous épanouir en étant pleinement vous-même
Étymologie SÔS Harmonie SOPHROLOGIE PHREN Esprit LOGOS Science	 Découvrez Mon site web	Explorez la Sophrologie et naviguez au cœur de l'équilibre émotionnel

VII. WEBMARKETING

Exemple de post

Publication du 2 janvier

Description :

Reconnectez-vous à votre sérénité intérieure et découvrez les clés pour gérer vos émotions avec grâce.

#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais



Publication du 9 janvier

Description :

Découvrez l'origine fascinante de la sophrologie ! Ce mot tire ses racines du grec ancien, signifiant littéralement «l'étude de l'harmonie de l'esprit». Explorez cette discipline qui nous guide vers l'équilibre intérieur et la sérénité.

#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #etymologie #lesaviezvous

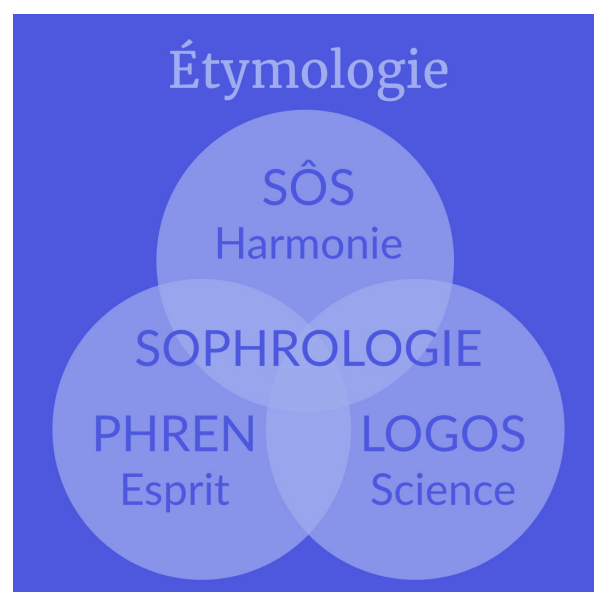


Publication du 5 janvier

Description :

Visitez notre site dès maintenant pour explorer nos services et réservez votre séance de bien-être.

#sophrologie #bienêtre #amblainville #beauvais #PrenezRendezVous



VII. WEBMARKETING

Newsletter

Design de la newsletter

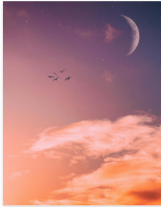


Bienvenue en 2024 : Commencez l'année avec sérénité et objectifs de bien-être

Cher Yann,

Bonne année et bienvenue en 2024 ! En ce début d'année, nous souhaitons vous accompagner dans la mise en place d'un espace de bien-être personnel grâce à la sophrologie. Voici ce que nous avons préparé pour vous ce mois-ci :

Objectifs bien-être 2024



Quelques objectifs pour illuminer votre année :

Sommeil réparateur : Visez 7-8 heures de sommeil de qualité chaque nuit.

Mouvement joyeux : Trouvez une activité physique qui vous fait sourire.

Pratique de la gratitude : Notez trois choses pour lesquelles vous êtes reconnaissant chaque jour.

Votre rendez-vous découverte de 15 Min

En remerciement de votre fidélité, bénéficiez d'un premier rendez-vous en ligne de 15 minutes pour découvrir la sophrologie. Une occasion d'enrichir votre quotidien vers un bien-être durable.

[JE DÉCOUVRE LA SOPHROLOGIE](#)

Astuces quotidiennes pour une sérénité durable

La sérénité au quotidien est à portée de main avec des gestes simples :

Méditation du matin : Commencez chaque journée par un moment de calme, même juste 5 minutes.

Pause digitale : Accordez-vous une heure sans écran avant le coucher pour un sommeil paisible.

Respiration consciente : En situation de stress, pratiquez la respiration profonde pour revenir à l'instant présent.



Votre coin lecture



Le stress est une réalité quotidienne pour de nombreuses personnes.

La sophrologie offre une approche holistique pour gérer le stress et favoriser la détente.

Dans cet article, nous explorerons comment vous pouvez utiliser la sophrologie dans votre vie quotidienne pour réduire le stress et retrouver votre équilibre.

[JE LIS L'ARTICLE](#)

Pour plus d'astuces, d'exercices et d'inspirations sur le bien-être et la sophrologie, suivez-nous sur :



Copyright (C) 2024 Audrey Dejaegere Sophrologue. Tous droits réservés.

Notre adresse postale est la suivante :
7 rue du Stade à Amblainville

Vous souhaitez modifier les paramètres pour ce type d'e-mails ?
Vous pouvez [mettre à jour vos préférences](#) ou [vous désabonner](#)

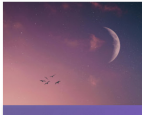


Bienvenue en 2024 : Commencez l'année avec sérénité et objectifs de bien-être

Cher Yann,

Bonne année et bienvenue en 2024 ! En ce début d'année, nous souhaitons vous accompagner dans la mise en place d'un espace de bien-être personnel grâce à la sophrologie. Voici ce que nous avons préparé pour vous ce mois-ci :

Objectifs bien-être 2024



Quelques objectifs pour illuminer votre année :

Sommeil réparateur : Visez 7-8 heures de sommeil de qualité chaque nuit.

Mouvement joyeux : Trouvez une activité physique qui vous fait sourire.

Pratique de la gratitude : Notez trois choses pour lesquelles vous êtes reconnaissant chaque jour.

Votre rendez-vous découverte de 15 Min

En remerciement de votre fidélité, bénéficiez d'un premier rendez-vous en ligne de 15 minutes pour découvrir la sophrologie. Une occasion d'enrichir votre quotidien vers un bien-être durable.

[JE DÉCOUVRE LA SOPHROLOGIE](#)

Objectifs bien-être 2024



La sérénité au quotidien est à portée de main avec des gestes simples :

Méditation du matin : Commencez chaque journée par un moment de calme, même juste 5 minutes.

Pause digitale : Accordez-vous une heure sans écran avant le coucher pour un sommeil paisible.

Respiration consciente : En situation de stress, pratiquez la respiration profonde pour revenir à l'instant présent.

Objectifs bien-être 2024



Le stress est une réalité quotidienne pour de nombreuses personnes.

La sophrologie offre une approche holistique pour gérer le stress et favoriser la détente.

Dans cet article, nous explorerons comment vous pouvez utiliser la sophrologie dans votre vie quotidienne pour réduire le stress et retrouver votre équilibre.

[JE LIS L'ARTICLE](#)

Pour plus d'astuces, d'exercices et d'inspirations sur le bien-être et la sophrologie, suivez-nous sur :



Copyright (C) 2024 Audrey Dejaegere Sophrologue. Tous droits réservés.

Notre adresse postale est la suivante :
7 rue du Stade à Amblainville

Vous souhaitez modifier les paramètres pour ce type d'e-mails ?
Vous pouvez [mettre à jour vos préférences](#) ou [vous désabonner](#)

VII. WEBMARKETING

Newsletter

Le choix du fournisseur

Mailchimp est un fournisseur qui est couramment utilisé

Présentation du formulaire

Voici le formulaire présent sur le site dans le footer avec le recaptcha 3

A purple rectangular box containing a newsletter sign-up form. At the top, the text "Inscrivez-vous à la newsletter" is written in white. Below this is a white rectangular input field with the placeholder text "E-mail". At the bottom of the box is a dark blue rounded rectangular button with the white text "M'INSCRIRE".

Inscrivez-vous à la newsletter

E-mail

M'INSCRIRE

VIII. Veille

VIII. VEILLE

Outil de Veille

Pour réaliser ma veille j'utilise Feedly C'est un agrégateur de contenu qui permet de s'abonner à différentes chaînes youtube, sites, et autres sources d'informations en ligne.

J'utilise également Linkedin, instagram et pinterest

Stratégie de veille avec Feedly :

1) COLLECTE :

Je m'abonne à des chaînes YouTube, podcast, sites pertinents pour le design UI.

2) ORGANISATION :

La veille doit couvrir plusieurs domaines pour que je puisse rester à jour des dernières tendances, outils, et meilleures pratiques. J'organise mes abonnements en trois catégories (Design, Développement web et mobile et SEO)

3) PARTAGE :

Feedly permet de partager facilement avec des collègues ou sur les réseaux sociaux.

VIII. VEILLE

Choix des Sources

J'organise mes abonnements en trois catégories (Design, Développement web et mobile SEO)

Design

INSPIRATION ET CRÉATIVITÉ :

Il est important d'explorer les travaux d'autres designers, agences web et site web d'inspiration pour s'inspirer de nouvelles idées et approches.

NOUVEAUTÉS EN MATIÈRE DE DESIGN D'INTERFACE :

Il faut suivre les tendances, les changements et les innovations en termes de styles et d'éléments d'interface utilisateur.

NOUVEAUX OUTILS ET FONCTIONNALITÉS :

Les logiciels de design évoluent constamment. Il faut être au courant des dernières mises à jour

Développement web

OUTILS DE DÉVELOPPEMENT CODE, LOW CODE ET NO CODE :

Il est important d'être à jour sur les derniers outils de développement pour concevoir des interfaces plus accessibles et performantes.

SEO

PERFORMANCE WEB :

Il faut comprendre comment le design influence le référencement et la performance, cela est crucial pour l'aboutissement d'un projet.

Développement Personnel et Professionnel

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES :

L'apprentissage continu est essentiel dans un domaine qui évolue rapidement.

RÉSEAUTAGE :

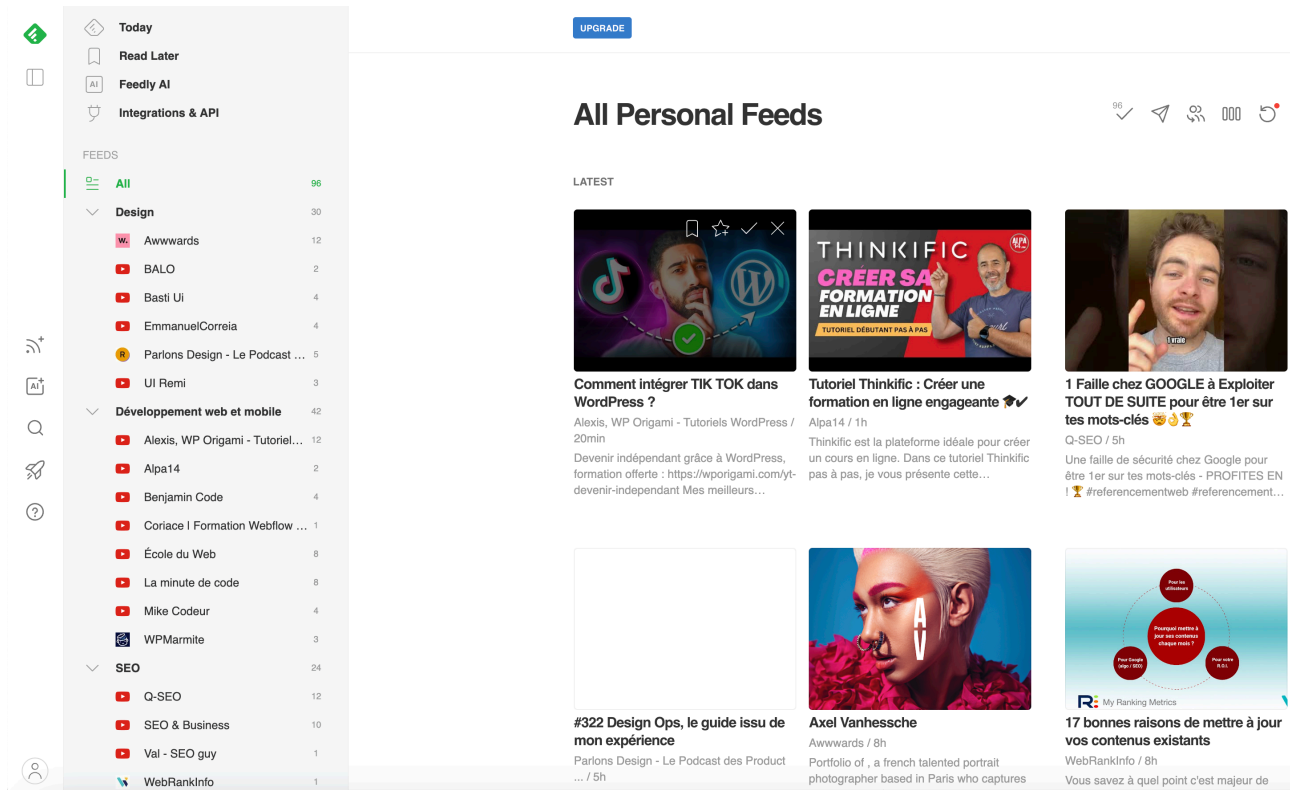
Suivre et participer à des événements et des conférences (lives) offre des opportunités d'apprentissage et de collaboration.

PARTAGE :

Feedly permet de partager facilement avec des collègues ou sur les réseaux sociaux.

VIII. VEILLE

Choix des Sources



Voici ma liste de sites et d'inspirations créatives et techniques :

BEHANCE :

Pour les inspirations de projets créatifs.

DRIBBBLE :

Pour voir les travaux et les créations d'autres designers.

AWWWARDS :

Pour les tendances web et les meilleurs designs de sites.

DARK MODE DESIGN :

Pour les design dark mode

En plus de Feedly j'utilise :

LINKEDIN car il n'est pas seulement utilisé pour le réseautage professionnel, c'est aussi une source riche d'articles, de cas d'étude, et de discussions sur le design. Je suis les entreprises, les agences web, et les professionnels du secteur.

INSTAGRAM car avec son focus sur le visuel, il est idéal pour trouver de l'inspiration. En suivant des designers, des agences web. J'utilise des hashtags relatifs au design pour découvrir des projets créatifs et m'inspirer.

PINTEREST outil essentiel pour la veille en design, offrant une source riche d'inspiration visuelle et facilitant le suivi des tendances et l'organisation des idées créatives.

VIII. VEILLE

Planning de Veille

Voici une semaine type :

LUNDI ET JEUDI :

Feedly pour une veille active et structurée d'une heure.

VEILLE QUOTIDIENNE MATINALE :

Instagram et Pinterest pour une veille passive et inspirationnelle de 15 minutes chacun.

VEILLE QUOTIDIENNE SOIRÉE :

LinkedIn pour une veille active et structurée de 15 minutes.

VIII. VEILLE

Partage de Veille

Le partage de la veille est crucial pour enrichir les compétences d'une équipe et stimuler sa créativité

Partage interne :

RÉUNIONS D'ÉQUIPE HEBDOMADAIRES :

Je présente les tendances et les inspirations que j'ai découverts.

INTRANET :

J'utilise le chat de l'entreprise pour partager des liens et des ressources de mes dernières découvertes.

Partage externe :

RÉSEAUX SOCIAUX :

Je peux également partager des articles ou des designs intéressants sur LinkedIn pour engager mes abonnés.

BLOG ET NEWSLETTER :

Lorsque j'aurais créé mon site web je pourrais partager ma veille via des articles et la création d'une newsletter mensuelle pour partager mes découvertes.

IX. Document print

IX. DOCUMENT PRINT

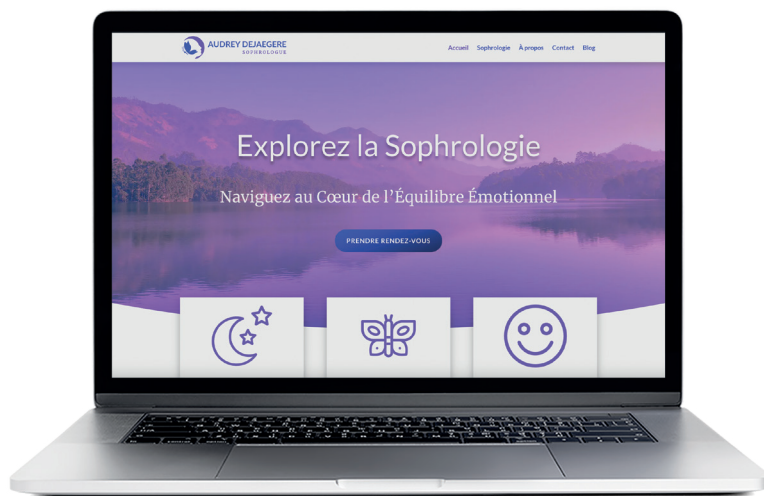
Fichier source de l'imprimé

Dans le cadre de la création du site, j'ai conçu une affiche qui servira à promouvoir le site web.

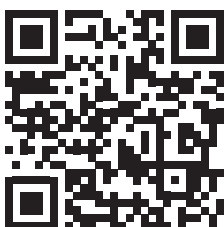
Cette affiche a été réalisée sur InDesign, et j'y ai intégré un QR code qui permet à l'utilisateur d'accéder au site web. J'ai veillé à convertir les images en CMJN et à ajouter les fonds perdus.

J'ai inclus deux mock-up représentant les interfaces sur ordinateur et mobile, démontrant ainsi que le site est responsive et donc accessible à un large public.

Les mock-up



Le QR code et le logo



SCANEZ LE QR CODE



AUDREY DEJAEGERE
SOPHROLOGUE

IX. DOCUMENT PRINT

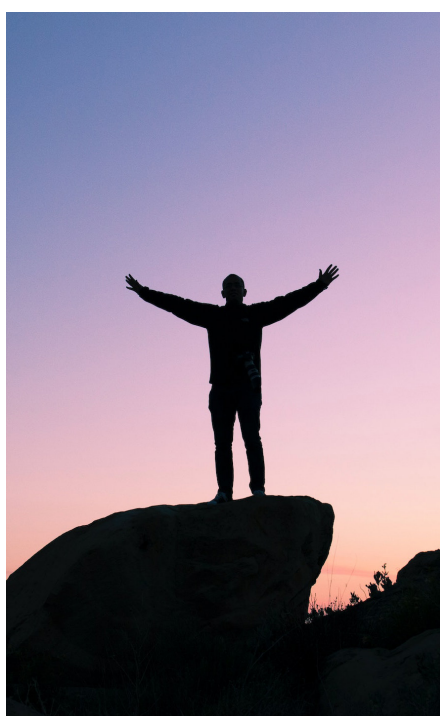
Fichier source de l'imprimé

Les textes

EXPLOREZ
LA SOPHROLOGIE

DÉCOUVREZ LE SITE WEB

Le fond



IX. DOCUMENT PRINT

Fichiers destiné à l'impression

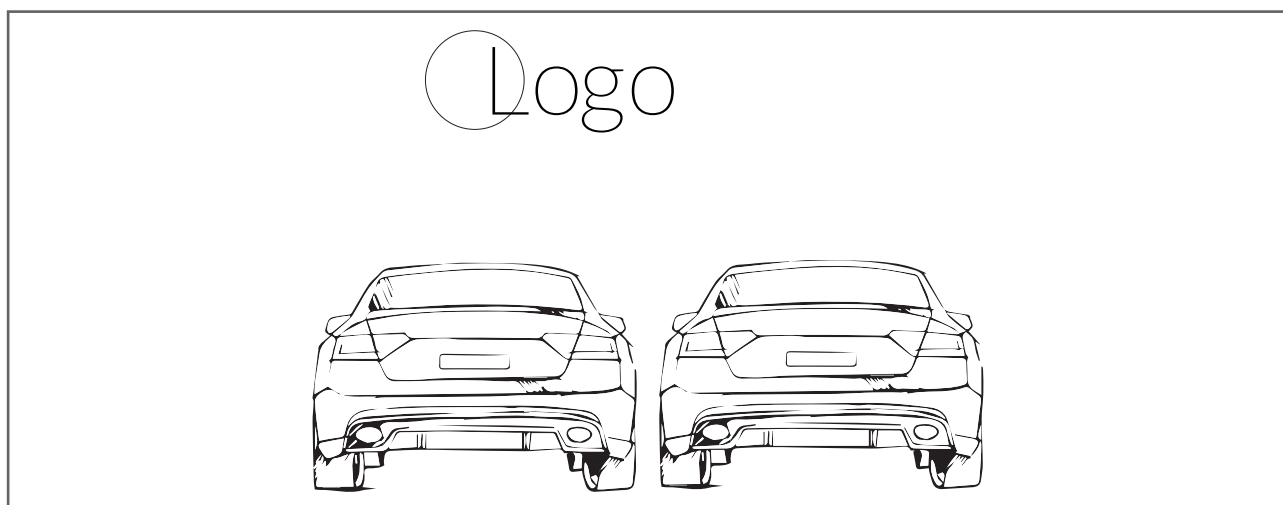


X. L'animation

X. L'ANIMATION

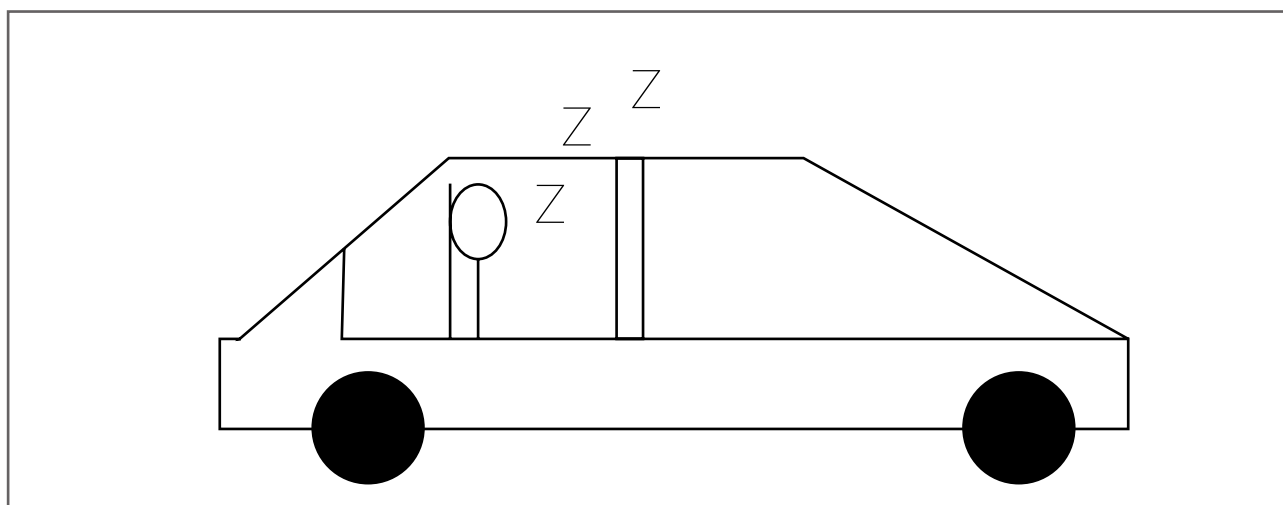
Storyboard

Séquence 1 : Embouteillage environnement stressant avec le logo qui apparaît en fondu



Dans le tumulte de la vie quotidienne, les embouteillages symbolisent souvent le stress et l'agitation. Au milieu de ce chaos, le logo émerge doucement sur le soleil, rappelant l'importance de trouver la sérénité dans les moments les plus agités.

Séquence 2: Une femme dans une voiture qui est fatiguée

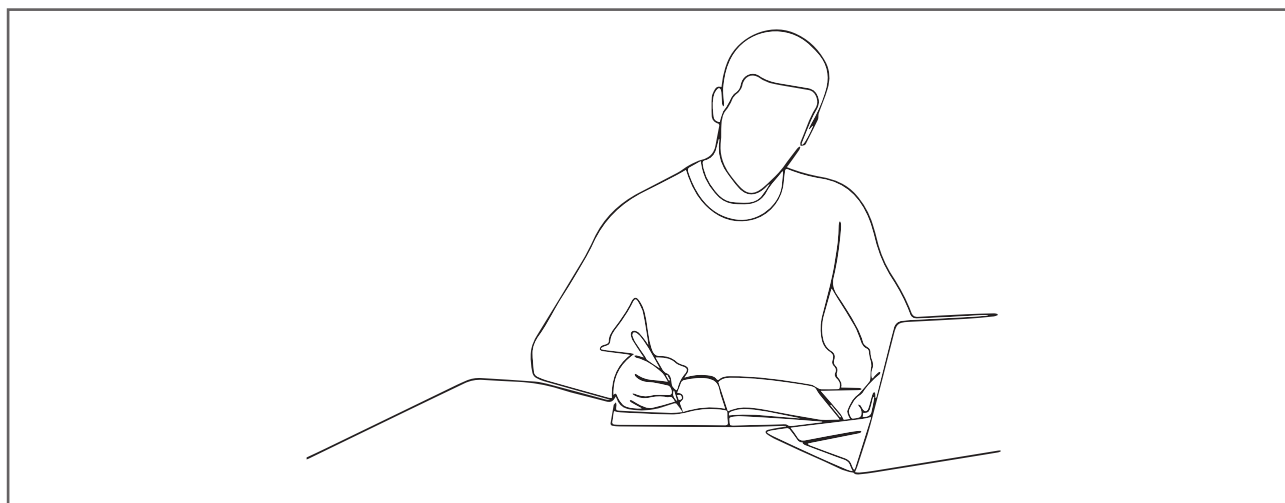


Une femme dans une voiture est fatiguée, témoignant des tensions accumulées. Il est temps de prendre conscience de notre bien-être mental et physique.

X. L'ANIMATION

Storyboard

Séquence 3 : Un homme submergé par le travail



Les pressions professionnelles peuvent parfois être écrasantes. Un homme, submergé par le travail, exprime ses émotions. Il est crucial de reconnaître ces moments de vulnérabilité et d'apprendre à les gérer.

Séquence 4 : Un homme assis seul évoquant la solitude

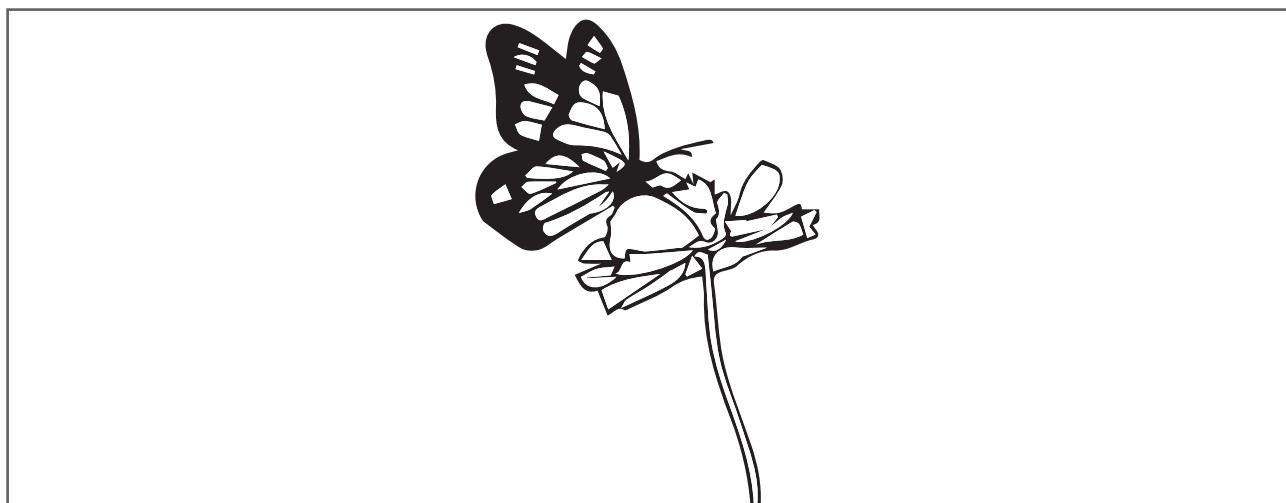


La solitude pèse sur un homme assis seul. La vie moderne peut parfois nous isoler, mais c'est aussi dans ces moments que la découverte de soi peut commencer.

X. L'ANIMATION

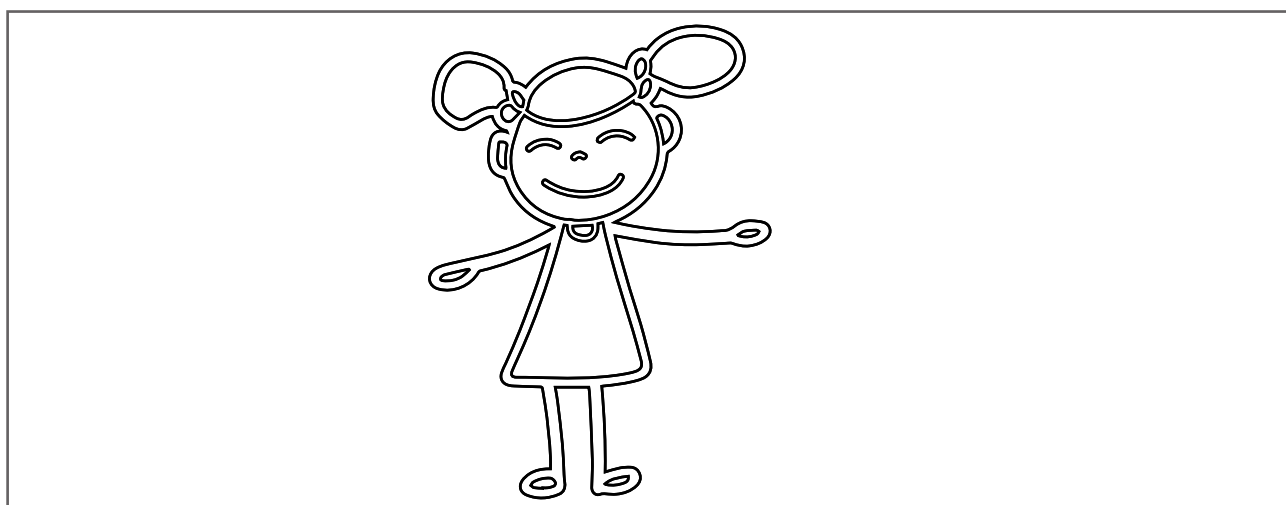
Storyboard

Séquence 5 : Un papillon apparaît évoquant la transformation de l'être



Comme un papillon sortant de sa chrysalide, la transformation intérieure commence. Le symbole du papillon représente la métamorphose, la croissance personnelle et le renouveau. Cela rappelle également le logo de la Sophrologue.

Séquence 6 : Une fille qui danse et est épanouie



La danse devient une expression joyeuse de l'épanouissement. Une fille trouve la liberté et la joie à travers le mouvement, illustrant la connexion entre le corps et l'esprit.

X. L'ANIMATION

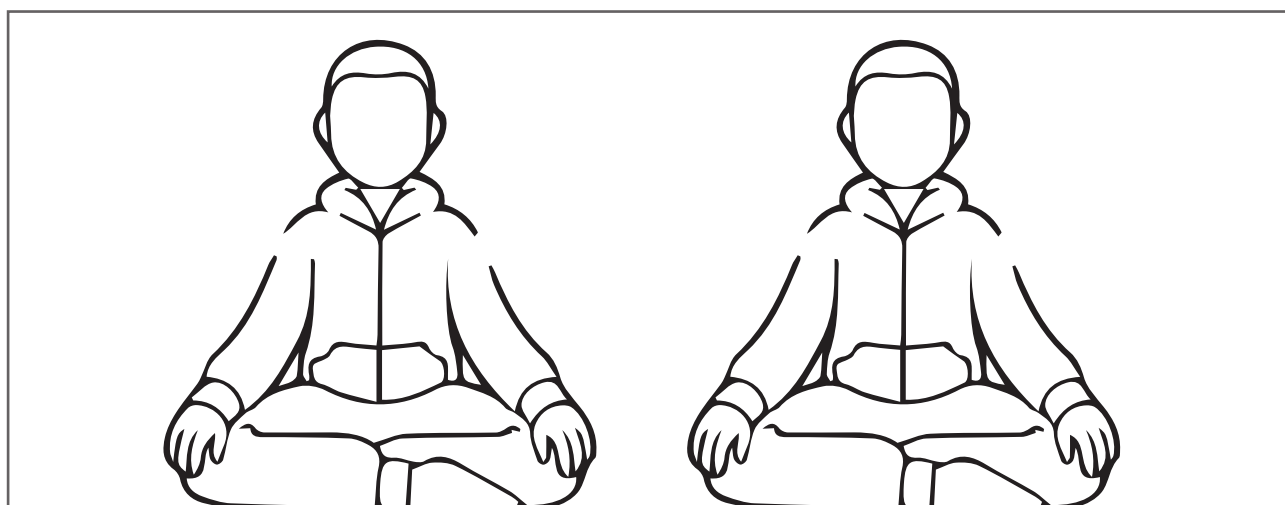
Storyboard

Séquence 7 : Une femme joyeuse



La joie devient contagieuse. Une femme rayonne de bonheur, montrant que la paix intérieure peut être atteinte par des moments simples et positifs.

Séquence 8 : Des gens qui méditent pour gérer ses émotions



En groupe, des personnes méditent, cherchant la tranquillité intérieure pour gérer leurs émotions. La méditation devient une porte d'entrée vers la paix intérieure et la résilience émotionnelle.

X. L'ANIMATION

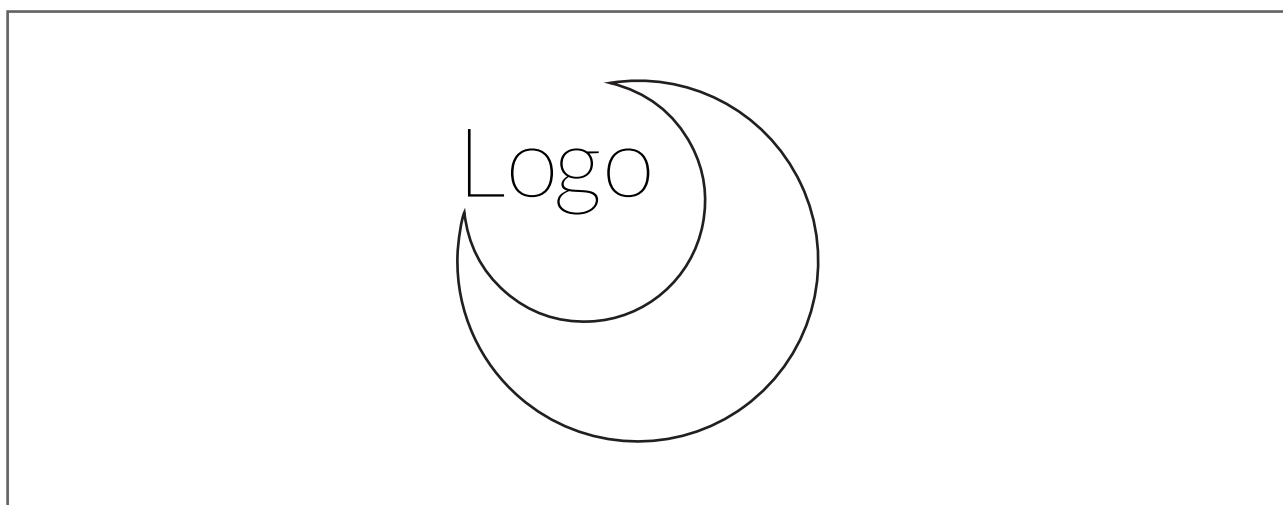
Storyboard

Séquence 9 : Un homme qui rit aux éclats



Le rire, véritable antidote au stress. Un homme exprime sa joie, soulignant l'importance de cultiver l'humour et la légèreté dans nos vies.

Séquence 10 : La vidéo se termine en zoomant sur la lune et le logo apparaît en animation



La vidéo se conclut en nous invitant à prendre du recul, à contempler la lune et à trouver la paix intérieure. Le logo apparaît en animation, symbolisant l'engagement envers le bien-être mental et émotionnel.

XI. Conclusion

XI. CONCLUSION

Conclusion

Après avoir réalisé cette nouvelle version du dossier de projet, j'ai réellement pris conscience des enjeux et de l'importance du webmarketing, de sa logique et de sa raison d'être dans un projet web. Ce nouveau dossier est plus complet et me permet d'enrichir ma vision.

Je suis parvenu à atteindre les objectifs fixés en créant un site vitrine qui présente l'activité de la sophrologue avec une stratégie webmarketing solide. Cette première version du site est un point de départ, avec la perspective de nombreuses améliorations à venir.

Perspectives d'amélioration

Les prochaines étapes incluent la création de pages spécifiques pour chaque service de la sophrologue. De plus, il est prévu d'offrir des consultations en ligne pour ceux qui vivent loin. La création de comptes pour les réseaux sociaux constitue également une étape cruciale pour augmenter la visibilité du site.

Lorsque la sophrologue aura acquis une certaine notoriété, un projet ambitieux à envisager serait la création d'un programme de Masterclass sur la sophrologie, en exploitant des plateformes LMS telles que Podia ou Learndash (une extension WordPress). Cette initiative pourrait non seulement élargir l'audience de la sophrologue, mais aussi positionner son expertise à un niveau supérieur. L'intégration de séances audio sur des plateformes populaires telles que YouTube, Spotify, ou d'autres services de streaming, représente une opportunité supplémentaire pour toucher un public plus large.

Remerciements

Je tiens à remercier ma sœur, dont la mise en relation avec Audrey a été le point de départ essentiel de ce projet. Je remercie la sophrologue Audrey pour la confiance qu'elle m'a accordée. Je souhaite exprimer ma gratitude envers toute l'équipe de l'école lcademie pour son accompagnement et le développement de mes compétences.

Enfin, je tiens à remercier chaleureusement mes proches pour leur soutien constant. Leur encouragement a été une source de motivation tout au long de mon parcours académique.

XII. Annexes

Grille de questionnement

XII. ANNEXES

GRILLE DE QUESTIONNEMENT

Grille de questionnaire

Le but

La création d'une grille de questionnaire est une étape cruciale dans le processus de conception d'un site web. Cela permet de structurer le projet de conception en posant des fondations solides pour la création du site. Elle permet de clarifier et de comprendre les besoins des visiteurs et de la sophrologue.

QUESTIONS	RÉPONSES	COMMENTAIRES
Découvrir la personnalité de la sophrologue		
Quel est votre parcours professionnel ? Quelle est votre histoire	J'ai une licence de psychologie puis le hasard de la vie a fait que je me suis orientée vers un métier commercial. Ces derniers temps, j'ai voulu revenir vers ce qui me semblait essentiel, l'humain. J'ai donc suivi une formation de 6 mois à l'Institut de Formation à la Sophrologie de Paris. Je suis membre de la Chambre syndicale de Sophrologie.	Intégrer son parcours pour renforcer la confiance des visiteurs du site
Pourquoi souhaitez-vous un site web ?	Je souhaiterais développer une présence digitale, présenter mes services et rendre la sophrologie accessible à un grand nombre et développer ma cliente	Intégrer une section présentant les services proposés par la sophrologue et une autre section expliquant que la sophrologie est accessible à tous. Créer des articles, ajouter un formulaire de contact et une page Google My Business pour le référencement local.
Quelles sont vos valeurs ?	Bienveillance, ouverture d'esprit, respect, engagement, transmettre	Communiquer avec un ton qui retranscrit ses valeurs

XII. ANNEXES

GRILLE DE QUESTIONNEMENT

Grille de questionnaire

Découvrir son cabinet		
Quelle est l'histoire de votre cabinet ? Comment est née l'idée de le monter ? Pourquoi l'avez-vous créé ?	La création de mon cabinet vient du désir d'accompagner les patients à retrouver un équilibre émotionnel.	Intégrer une section qui explique son approche de la sophrologie.
Pouvez-vous décrire vos activités principales, vos différentes prestations ?	J'interviens dans ces domaines : relaxation, gestion du stress, confiance en soi, amélioration du sommeil.	Intégrer ses services dans le site
Quel type de site web souhaitez-vous ?	Un site dans lequel mettre en avant mon activité que les visiteurs réservent des RDV au sein de mon cabinet, qu'ils puissent me contacter via un formulaire de contact et, comme cité précédemment, rendre la sophrologie accessible à un large public.	Site vitrine avec blog, système de réservation via Calendly et formulaire de contact
Combien de personnes travaillent dans votre entreprise ? Souhaitez-vous présenter votre équipe, et leurs compétences ?	Je travaille seule	RAS
Citez-moi deux ou trois adjectifs pour qualifier votre entreprise ?	Serein et en croissance	Idée de logo La lune, symbolisant la sérénité, accompagnée d'un papillon pour représenter la croissance personnelle.

XII. ANNEXES

GRILLE DE QUESTIONNEMENT

Grille de questionnaire

Découvrir la personnalité des patients		
Comment vous positionnez-vous sur le marché ?	Moyenne gamme	Un public large
Qui sont vos clients ?	Enfants, adolescents, adultes et seniors	Un public sans limite d'âge
Quels sont vos concurrents directs ou indirects chez qui vos clients peuvent aller ?	Les praticiens du bien-être	Les sophrologues, les psychothérapeute, les coachs de vie
Quelles sont les informations que vous souhaitez mettre en avant pour vos clients ?	Rendre la sophrologie simple et accessible	Communiquer avec un ton accessible à tous
Géographie		
Quelle est la zone d'activité ou vous rayonnez ?	Mon cabinet est situé à Amblainville	Le mentionner sur le site pour le référencement local
Votre marque		
Disposez-vous d'une charte graphique: - logo, - charte couleurs, - police de caractères Et si oui avez vous les fichiers sources ?	Je ne dispose pas de charte graphique	Réaliser la charte graphique de la sophrologue
Souhaitez-vous la création d'un logo	Oui	Réaliser le logo de la sophrologue
Souhaitez-vous la création d'une charte graphique	Oui	Réaliser la charte graphique de la sophrologue

XII. ANNEXES

GRILLE DE QUESTIONNEMENT

Grille de questionnaire

Découvrir les attendus fonctionnelles		
Souhaitez-vous un formulaire de contact (possible de personnalisation)	Oui	Réaliser un formulaire de contact
Êtes-vous sur les réseaux sociaux ? Qui anime vos réseaux sociaux ?	Pour le moment, je ne souhaite pas communiquer sur les réseaux. (pour l'instant pas le temps)	Faire comprendre à la sophrologue la pertinence de l'utilisation des réseaux sociaux (créer un calendrier éditorial et les comptes)
Souhaitez-vous vous présenter sur une page spécifique, telle que "À propos" ou "Présentation" ?	Dans un court paragraphe mais sans photo	Il serait judicieux d'ajouter une photo d'elle afin d'humaniser le site, ce qui contribuerait à rassurer les patients, un point important dans le domaine de la santé
Souhaitez-vous vous inscrire sur Google My Business ?	Oui	Créer une page Google My Business
Souhaitez-vous la création d'une newsletter ? Allez-vous gérer cette prestation ou souhaitez-vous me la confier ?	Oui et je vous laisse vous en occuper	Créer et gérer la newsletter.
Avez-vous envie de transmettre vos actualités, vos informations également par le biais d'une newsletter ?	Oui	Partager l'actualité du sophrologue dans la newsletter
Souhaitez-vous une maintenance régulière de votre site incluant des mises à jour de contenu et de sécurité ?	Oui	Mettre régulièrement à jour le site et de suivre les meilleures pratiques en matière de sécurité pour un site WordPress

XII. ANNEXES

GRILLE DE QUESTIONNEMENT

Grille de questionnaire

Queis sont vos horaires et jours d'ouverture ?	Horaire Lun et Mer : 10h - 19h	A intégrer dans le footer
Quelles sont vos coordonnées complète (adresse, téléphone, etc.)	7 rue du Stade à Amblainville adejaegere@gmail.com 06 77 72 53 78	A intégrer dans le footer
Avez-vous envie de dire d'autres choses importantes qui n'ont pas été dites	Pour le moment, j'exerce toujours mon ancienne activité. Nous ne lancerons pas le site maintenant	RAS

XII. Annexes

Cahier des charges

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Sommaire

Objectifs du site	123
Marché et les cibles	125
Objectifs quantitatifs pour 3 mois	129
Gestion de projet	133
Benchmark	139
Architecture du site	143
Charte graphique	144
Contenu et arborescence	145
Spécificités fonctionnelles	146
Contraintes techniques	147
Stratégie digitale	148
Génération de trafic	149
Stratégie SEO	151

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Objectifs du site

Le projet vise à répondre aux besoins spécifiques de la sophrologue en matière de présence en ligne et de promotion de ses services, tout en offrant aux visiteurs une expérience informative, éducative et engageante autour de la sophrologie.

Objectifs pour la sophrologue :

AUGMENTER LA VISIBILITÉ EN LIGNE :

L'objectif est d'accroître la visibilité de la sophrologue sur Internet. Grâce à une présence en ligne, elle pourra toucher un public plus large et potentiellement attirer de nouveaux clients intéressés par ses services de sophrologie.

PROMOUVOIR LES SERVICES :

L'un des objectifs majeurs est de promouvoir les services de la sophrologue. Le site présentera de manière claire et attrayante les différents type de services de sophrologie proposés, ainsi que leurs avantages.

ÉTABLIR UNE CONNEXION PERSONNELLE :

Le site permettra à la sophrologue de partager sa philosophie pour la sophrologie à travers la page «À propos». Cela aidera à établir une connexion personnelle avec les visiteurs et à renforcer la confiance.

FOURNIR DES RESSOURCES ÉDUCATIVES :

La page «Blog» du site permettra à la sophrologue de partager des articles de sophrologie. Cela servira à renforcer l'expertise de la sophrologue sa crédibilité et à éduquer les visiteurs sur les bienfaits de la sophrologie et à les inciter à en savoir plus.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Objectifs du site

Objectifs pour les visiteurs du Site :

ACCÈS À DES INFORMATIONS CLAIRES :

Les visiteurs pourront accéder à des informations claires sur la sophrologue et ses services. Le site fournira des informations sur les services de sophrologie, les avantages de la pratique et le parcours professionnel de la sophrologue.

ÉDUCATION SUR LA SOPHROLOGIE :

La section «Blog» offrira aux visiteurs la possibilité d'apprendre davantage sur la sophrologie à travers des articles. Cela contribuera à éduquer le public sur cette méthode de bien-être.

FACILITER LA PRISE DE CONTACT :

Le site simplifiera le processus de prise de contact. Les visiteurs pourront utiliser le formulaire de contact pour poser des questions ou demander des informations supplémentaires, ce qui facilitera la communication avec la sophrologue. Il sera également possible de réserver un créneau via l'agenda en ligne Calendly.

CRÉER UN SENTIMENT DE CONFIANCE :

Le design apaisant du site et la présentation professionnelle de la sophrologue viseront à créer un sentiment de confiance chez les visiteurs. Ils auront ainsi plus de facilité à décider de suivre des séances de sophrologie.

INSPIRATION POUR LE BIEN-ÊTRE :

Le site servira d'inspiration pour les visiteurs en quête de bien-être et de développement personnel. Les ressources disponibles les encourageront à explorer la sophrologie comme une méthode pour améliorer leur qualité de vie.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Marché et les cibles

Marché :

Le marché des méthodes alternatives de bien-être (sophrologie, psychologie, coaching de vie) est en croissance, ce qui représente une opportunité majeure pour Audrey. Son offre de services de sophrologie cible principalement des individus cherchant le bien-être et l'équilibre personnel.

Cibles :

La clientèle cible est principalement B2C, localisée autour d'Amblainville, s'étendant dans l'Oise, mais avec une présence en ligne visant un public plus large.



Paul

AGE	33 ans
ACTIVITÉ	Professeur de philosophie
VILLE	Méru
SITUATION	Marié
OBJECTIFS	Réduire le stress, améliorer sa qualité de vie, et trouver un équilibre entre travail et famille.

MOTIVATIONS

Réduction du stress, amélioration de la qualité de vie.

FREINS

Manque d'information et de temps.

PERSONNALITÉ

Actif, désireux d'apprendre, ouvert à de nouvelles expériences.

POSITIONNEMENT TECH ET MARKETING DIGITAL

À l'aise avec Internet, utilise régulièrement les médias sociaux et les moteurs de recherche pour ses recherches.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Marché et les cibles



Jean-Pierre

AGE	60 ans
ACTIVITÉ	Retraité
VILLE	Beauvais
SITUATION	Célibataire
OBJECTIFS	Trouver des méthodes de relaxation pour profiter pleinement de sa retraite et préserver sa santé mentale et physique.

MOTIVATIONS

Gestion du stress de la retraite, amélioration du sommeil, canalisation de ses pensées.

FREINS

Peut être sceptique vis-à-vis des approches non traditionnelles, besoin d'informations claires et rassurantes.

PERSONNALITÉ

Stressé, réfléchi, a du mal à canaliser ses pensées et à la recherche de solutions pratiques.

POSITIONNEMENT TECH ET MARKETING DIGITAL

Utilise internet, mais moins fréquemment que les générations plus jeunes.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Marché et les cibles



Sophie et son enfant

AGE	40 ans
ACTIVITÉ	Mère au foyer
VILLE	Beauvais
SITUATION	Mariée
OBJECTIFS	Trouver un professionnel de la sophrologie qui peut aider son enfant à mieux gérer ses émotions, à se concentrer à l'école et à retrouver la confiance en lui.

MOTIVATIONS

Aider son enfant à gérer les émotions, améliorer sa concentration, renforcer la confiance en soi.

FREINS

Préoccupée par les coûts, recherche des preuves de succès dans le traitement des enfants, cherche des recommandations solides.

PERSONNALITÉ

Inquiète, aimante, déterminée à aider son enfant.

POSITIONNEMENT TECH ET MARKETING DIGITAL

Utilise Internet pour la recherche d'informations.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Marché et les cibles



Laura

AGE	28 ans
ACTIVITÉ	Web design & développement
VILLE	Digital nomade
SITUATION	Célibataire
OBJECTIFS	Réduire le stress, améliorer la concentration, et trouver des méthodes de relaxation qu'elle peut pratiquer lors de ses voyages.

MOTIVATIONS

Gestion du stress, amélioration de la concentration et consultation en ligne
Programme de masterclass sur la sophrologie
Guide audio de relaxation

FREINS

Recherche des solutions pratiques et abordables
ne pas avoir la possibilité d'avoir une consultation en ligne

PERSONNALITÉ

Créative, aventureuse, ouverte d'esprit.

POSITIONNEMENT TECH ET MARKETING DIGITAL

Très à l'aise avec les technologies, dépendante de son smartphone.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Objectifs quantitatifs pour 3 mois

Les indicateurs clés de performance (KPIs) sont essentiels pour mesurer l'efficacité de la stratégie digitale et SEO du site d'Audrey Dejaegere, voici les KPIs pertinents qui pourraient être suivis :

KPIs de Trafic Web :

1)VISITES TOTALES :

Mesure le nombre total de visites sur le site.

OBJECTIF :

Atteindre 300 visites totales d'ici la fin du troisième mois.

JUSTIFICATION :

Ce chiffre est basé sur une augmentation progressive du trafic à mesure que la notoriété du site augmente grâce aux efforts de SEO et de marketing digital.

2)VISITEURS UNIQUES :

Compte le nombre de visiteurs individuels sur le site pendant une période donnée.

OBJECTIF :

Atteindre 150 visiteurs uniques sur la période de trois mois.

JUSTIFICATION :

Cibler des visiteurs uniques aidera à évaluer l'atteinte de nouveaux prospects intéressés par les services de sophrologie.

3)TAUX DE NOUVEAUX VISITEURS VS VISITEURS DE RETOUR :

Pourcentage de nouveaux visiteurs par rapport aux visiteurs qui reviennent.

OBJECTIF :

70% de nouveaux visiteurs et 30% de visiteurs de retour.

JUSTIFICATION :

Un taux élevé de nouveaux visiteurs indique une bonne portée du site, tandis qu'un taux sain de visiteurs de retour implique que le contenu est engageant et incite les utilisateurs à revenir.

4)PAGES PAR SESSION :

Nombre moyen de pages visitées pendant une session.

OBJECTIF :

Moyenne de 3 pages par session.

JUSTIFICATION :

Encourager les utilisateurs à explorer plus de contenu sur le site, ce qui peut indiquer un intérêt pour les services offerts et une meilleure interaction avec le contenu.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Objectifs quantitatifs pour 3 mois

5) DURÉE MOYENNE DE LA SESSION :

Temps moyen passé sur le site par session.

OBJECTIF :

Atteindre une durée moyenne de session de 3 minutes.

JUSTIFICATION :

Une durée plus longue peut indiquer que les visiteurs trouvent le contenu pertinent et engageant, ce qui est crucial pour un site de services professionnels comme la sophrologie.

OUTILS DE MESURE :

Google Analytics : Idéal pour suivre tous les aspects du trafic web

Hotjar : Visualise comment les visiteurs interagissent avec le site, à travers des heatmaps et des enregistrements de session

KPIs de Conversion

1) TAUX DE CONVERSION :

Pourcentage de visiteurs qui effectuent une action désirée (par exemple, remplir un formulaire de contact ou prendre rendez-vous).

OBJECTIF :

Atteindre un taux de conversion de 2% pour les actions clés (formulaires de contact, rendez-vous).

OUTILS DE MESURE :

Google Analytics et Calendly

2) INSCRIPTIONS À LA NEWSLETTER :

Nombre d'abonnements à la newsletter.

OBJECTIF :

Obtenir 50 nouvelles inscriptions à la newsletter.

OUTILS DE MESURE :

Mailchimp

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Objectifs quantitatifs pour 3 mois

KPIs de Contenu

1)CONTENU LE PLUS PERFORMANT :

Pages et articles qui génèrent le plus de trafic et d'engagement.

OBJECTIF :

Identifier 3 articles ou pages qui génèrent le plus de trafic et d'engagement.

OUTILS DE MESURE :

Google Analytics.

KPIs de Satisfaction Client

1)TAUX DE SATISFACTION :

Basé sur des enquêtes de satisfaction client.

OBJECTIF :

Atteindre un taux de satisfaction client de 85% ou plus.

OUTILS DE MESURE :

Google Forms

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

Justification du Choix de la Méthodologie

Le projet de développement du site web pour la sophrologue Audrey Dejaegere, requiert une approche méthodique et structurée qui assure la clarté et la prévisibilité des étapes de développement. Après une analyse approfondie des besoins du projet et des exigences spécifiques, j'ai décidé que la méthode en cascade serait la plus appropriée pour la gestion de ce projet.

Méthode en Cascade

PRÉVISIBILITÉ DES EXIGENCES :

Le projet présente des exigences claires et stables, ce qui rend le processus prévisible. La nature des tâches impliquées, incluant le design, le développement et le lancement est clairement définie dès le départ, minimisant ainsi le besoin de modifications fréquentes.

STRUCTURE ET ORGANISATION :

La méthode en cascade offre une progression linéaire à travers les différentes phases facilitant ainsi le suivi et la gestion du projet.

DÉLAIS :

Cette méthodologie permet une planification d'un calendrier précis, élément crucial pour le respect des délais.

DOCUMENTATION COMPLÈTE :

Chaque phase de la méthode en cascade nécessite une documentation exhaustive, garantissant que tous les aspects du projet sont bien définis et compris par toutes les parties prenantes.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

SEMAINES	ACTIVITÉS	LIVRABLES ATTENDUS
Semaines 1-2 (Août)	Phase d'Initialisation	Objectifs du projet définis
	Définition des objectifs du projet	Cahier des charges initial
	Préparation du cahier des charges initial	Proposition de projet formalisée
	Finalisation de la proposition	
Semaine 3 (Août)	Phase de Planification	Calendrier de projet détaillé
	Définition du calendrier de projet	Rapport de benchmark
	Benchmark des pratiques concurrentes	

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

Semaines 4-5 (Août-Septembre)	Phase de Conception	Moodboard
	Développement des éléments graphiques (moodboard, charte graphique, maquettes)	Charte graphique
	Rédaction des contenus et création des personas	Maquettes du site
	Planification du calendrier éditorial	Contenus rédigés
Semaines 6-9 (Septembre)	Phase de Production	Site web développé
	Construction du site web sur Wordpress	Rapports de tests et validations
	Tests et validations	

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

Semaines 10-12 (Octobre-Novembre)	Phase d'Exploitation	Site web lancé
	Lancement du site web	Plan de maintenance et support technique
	Maintenance et support technique	

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

Post-Lancement (à partir de Novembre)	Suivi Post-Lancement	Rapport d'évaluation des performances
	Évaluation des performances	Mises à jour et optimisations basées sur les retours et données
	Mises à jour et optimisations	

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

Description détaillée des phases du projet en cascade

PHASE D'INITIALISATION (SEMAINES 1-2: AOÛT)

1) DÉFINITION DES OBJECTIFS DU PROJET :

Clarification des objectifs du site web en collaboration avec Audrey Dejaegere et définition des caractéristiques du public cible.

2) PRÉPARATION DU CAHIER DES CHARGES INITIAL :

Rassemblement initial des exigences techniques et fonctionnelles, ainsi que des préférences en matière de design et contenu.

3) FINALISATION DE LA PROPOSITION :

Accord sur le calendrier et les livrables avec la sophrologue pour formaliser le démarrage du projet.

PHASE DE PLANIFICATION (SEMAINE 3: AOÛT)

1) DÉFINITION DU CALENDRIER DE PROJET :

Planification des délais pour chaque étape clé, avec des dates butoirs et des jalons pour le suivi du progrès.

2) BENCHMARK :

Évaluation des pratiques des concurrents pour identifier les tendances du marché et les stratégies efficaces. Compilation des résultats du benchmarking pour guider les décisions de conception et de stratégie du site.

PHASE DE CONCEPTION (SEMAINES 4-5: AOÛT-SEPTEMBRE)

1) DÉVELOPPEMENT DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES :

Création du moodboard, élaboration de la charte graphique et conception des maquettes.

2) RÉDACTION DES CONTENUS :

Des textes, création des personas et planification du calendrier éditorial, en adéquation avec les objectifs du site.

PHASE DE PRODUCTION (SEMAINES 6-9: SEPTEMBRE)

1) CONSTRUCTION DU SITE WEB :

Utilisation des éléments graphiques et contenus développés pour construire le site sur Wordpress.

2) TESTS ET VALIDATIONS :

Réalisation de tests fonctionnels pour garantir la qualité et l'optimisation du site pour les moteurs de recherche.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Gestion de projet

PHASE D'EXPLOITATION (SEMAINES 10-12: OCTOBRE - NOVEMBRE)

LANCEMENT DU SITE WEB :

Mise en ligne du site, accompagnée d'une campagne de communication pour annoncer le lancement.

MAINTENANCE ET SUPPORT TECHNIQUE :

Suivi post-lancement incluant des mises à jour régulières, optimisation continue, et assistance technique.

SUIVI POST-LANCEMENT

ÉVALUATION DES PERFORMANCES :

Surveillance des indicateurs de performance pour évaluer l'efficacité du site et son impact sur l'activité d'Audrey Dejaegere, à partir de novembre.

MISES À JOUR ET OPTIMISATIONS :

Ajustements basés sur les analyses de données utilisateur et les retours du client.

Planification et Contrôle des Jalons

Pour chaque phase du projet, des dates de début et de fin sont fixées. Des jalons spécifiques seront également définis pour marquer les points clés du projet, permettant un contrôle régulier de l'avancement et l'identification rapide de tout écart par rapport au plan initial.

Cette méthodologie de gestion de projet est choisie non seulement pour sa capacité à structurer méthodiquement le processus de développement mais aussi pour assurer une communication efficace de l'avancement du projet

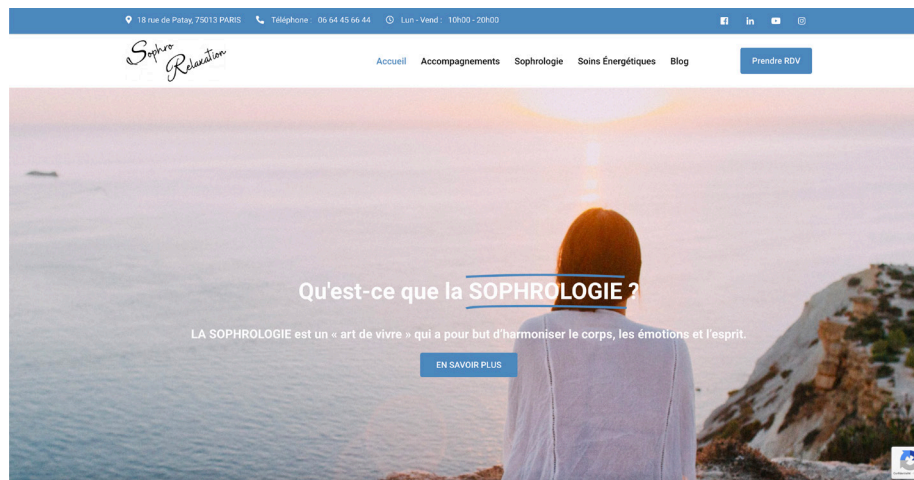
XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Benchmark

Sophro relaxation – Sophrologue

<https://sophrorelaxation.com/>



POINTS FORTS

- Bien structuré et bien détaillé, dans chaque domaine d'intervention.
- Présentation de la sophrologue avec sa photo pour humaniser le site et ainsi renforcer la confiance.
- Nom de domaine «sophrorelaxation.com», il indique le contenu du site.
- Le site a un reCAPTCHA.
- En bas à droite il y a un bouton qui permet de revenir en haut de la page ce qui rend l'expérience utilisateur plus agréable
- Blog

LE TON

Informatif, rassurant et encourageant, visant à éduquer les visiteurs Ce ton bienveillant vise à instaurer confiance et espoir chez le lecteur.

POINTS FAIBLES

- Le site ne dispose pas de l'extension WPS Hide Login, en ajoutant login à la fin du nom de domaine j'ai accès au back-office du site web.
- Blog et réseaux sociaux mais pas alimenté depuis un certain temps

STYLE GRAPHIQUE

Le site est épuré, avec une palette de couleurs douces et apaisantes le bleu qui favorise la confiance, la détente et le bien-être. Il utilise des images de haute qualité qui évoquent la sérénité et la paix intérieure. La typographie est claire et facile à lire, contribuant à une navigation intuitive et à une expérience utilisateur agréable. Ce design est en harmonie avec le thème de la sophrologie et du bien-être mental et physique

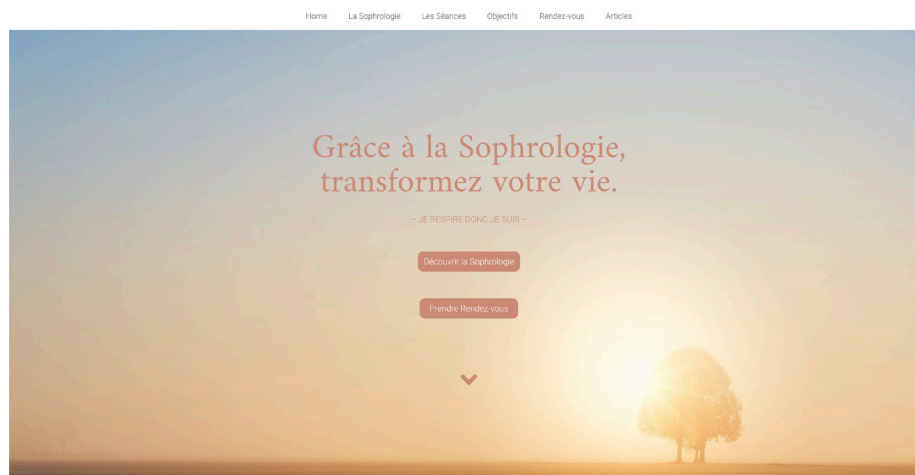
XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Benchmark

Je respire donc je suis– Sophrologue

<https://jerespiredoncjesuis.com/>



POINTS FORTS

- Présence de témoignages, renforçant la crédibilité.
- Bonne présentation de la sophrologie et des services avec la photo du cabinet
- Présentation vidéo de la sophrologue ce qui met en confiance et humanise le site
- Section "ils me font confiance" renforçant la preuve sociale et rassure les visiteurs
- Le site dispose d'une newsletter
- Audio "8 minutes pour vous détendre" donne un avant goût d'une séance de sophrologie

POINTS FAIBLES

- Le menu n'est pas assez lisible
- Certains textes ne sont pas lisibles
- Le nom de domaine "jerespiredoncjesuis.com" n'est pas clair et ne reflète pas le secteur
- Certains boutons et réseaux sociaux ne sont pas assez lisibles ni mis en avant

LE TON

Doux et rassurant: La voix posée de la sophrologue qu'elle a partagé dans un audio, ainsi que les textes, les images et les couleurs utilisées sur le site, contribuent à créer une atmosphère calme et apaisante.

STYLE GRAPHIQUE

Le site est complété par des couleurs solaires qui ajoutent une touche chaleureuse, contribuant à créer une atmosphère accueillante et positive. L'image d'accueil, solaire et énergique, incarne la positivité, créant une ambiance accueillante pour les visiteurs. Ces éléments visuels renforcent l'idée de bien-être et d'énergie positive, en harmonie avec l'approche de la sophrologie

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Benchmark

Helene voisin – Psychologue et neuropsychologue

<https://helenevoisin-neuropsychy.fr/>



POINTS FORTS

- Intégration du doctolib
- Contenu bien détaillé avec plan d'accès du cabinet pour rassurer les visiteurs et les honoraires
- Bonne structure de l'arborescence du site

POINTS FAIBLES

- Pas de photo des psychologues
- Certains textes trop petit
- N'est pas présent sur les réseaux sociaux

LE TON

Professionnel, informatif, et rassurant. Il met en confiance les visiteurs en fournissant des informations claires et précises sur les services offerts. Cela permet de rassurer les potentiels patients sur la qualité et l'accessibilité des soins proposés.

STYLE GRAPHIQUE

Le site est épuré et professionnel, utilisant une palette de couleurs douces et des éléments visuels minimalistes. Cependant le texte n'est pas assez lisible et il n'y a pas de photos

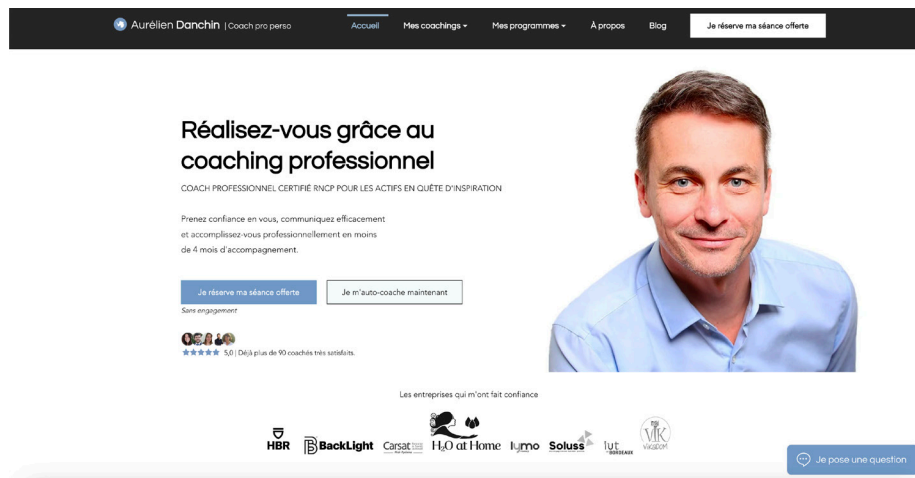
XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Benchmark

Aurélien Danchin- Coach pro perso

<https://www.coachproperso.com/>



POINTS FORTS

- Photo du coach
- Preuve sociale (les entreprises et avis clients)
- Vidéo de présentation
- Grille de ses services
- FAQ
- Intégration de calendly blog et podcast
- Forte présence sur les réseaux sociaux
- Bonne structure de l'arborescence du site
- 1ere séance offerte

POINTS FAIBLES

- Le site ne dispose pas de newsletter

LE TON

Professionnel, rassurant et orienté vers l'encouragement et l'atteinte des objectifs personnels et professionnels des clients.

STYLE GRAPHIQUE

Moderne et épuré, avec une palette de couleurs sobres et élégantes. L'interface utilisateur est conçue pour être intuitive, facilitant la navigation à travers les différentes sections du site. Les images et les éléments graphiques utilisés sont professionnels, contribuant à créer une atmosphère accueillante et inspirante pour le visiteur.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Architecture du site

Accueil

Sophrologie

A propos

Contact

Blog

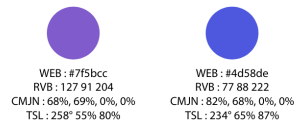
XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Charte graphique



COULEURS



VARIATIONS LOGO



TYPOGRAPHIES

Lato
Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Merriweather
Bold

Az Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

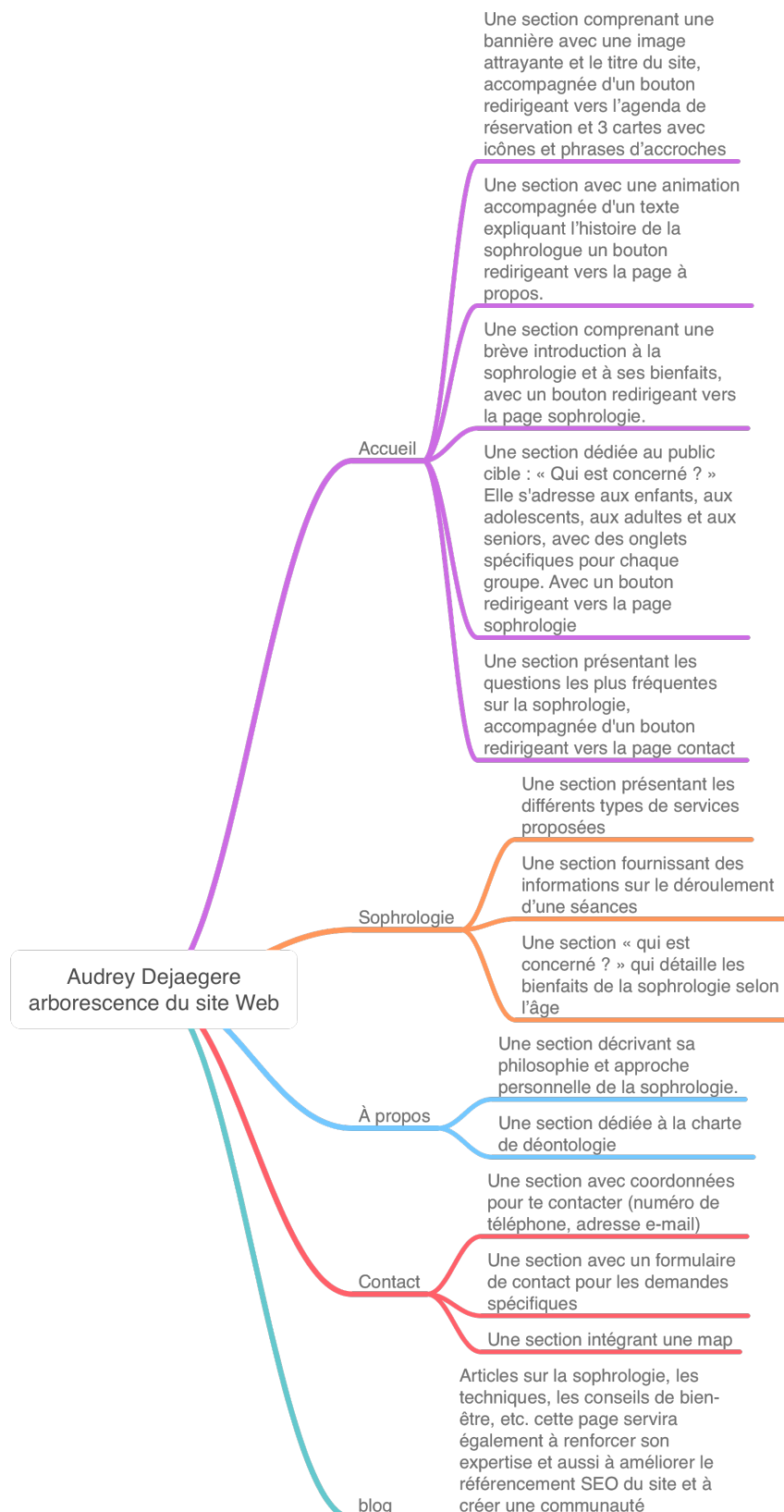
MOCK UP



XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Contenu et arborescence



XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Spécificités fonctionnelles

Formulaires :

Le site inclura un formulaire de contact personnalisable pour faciliter la communication entre les visiteurs et la sophrologue

Réseaux sociaux :

Bien qu'Audrey ne souhaite pas initialement être active sur les réseaux sociaux, il est important d'intégrer ces plateformes plus tard pour améliorer la visibilité et l'engagement

Page À propos :

Il faut inclure une page dédiée à présenter la sophrologue avec un court paragraphe et potentiellement une photo pour humaniser le site et renforcer la confiance des visiteurs

Blog :

Il faut l'intégrer au site pour permettre à Audrey de partager des articles informatifs sur la sophrologie, ses bienfaits, et des conseils de bien-être, contribuant ainsi à l'éducation de ses clients et à l'amélioration du référencement SEO

Inscription sur Google My Business :

Pour améliorer le référencement local et la visibilité en ligne, il faut créer une page Google My Business

Newsletter :

Il faut intégrer la newsletter pour partager l'actualité et maintenir l'engagement des utilisateurs

Calendly :

Pour la gestion des réservations, le site utilisera Calendly, un système de planification en ligne qui permettra aux clients de prendre rendez-vous directement via le site. Ce système facilite la gestion des disponibilités d'Audrey et améliore l'expérience utilisateur en simplifiant le processus de réservation

Maintenance régulière :

Il est prévu de maintenir le site régulièrement mis à jour en termes de contenu et de sécurité, en suivant les meilleures pratiques pour un site sous WordPress

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Contraintes techniques

Les contraintes techniques pour le développement du site web d'Audrey Dejaegere comprennent l'utilisation de WordPress comme système de gestion de contenu, avec une attention particulière à la sécurité et la performance. Plusieurs extensions sont prévues pour renforcer ces aspects :

Local

Cet outil m'a permis de créer le site hors ligne

WPS Hide Login

Pour sécuriser l'accès au back-office en personnalisant l'URL d'accès

WP Vivid

Pour la migration du site du local vers le serveur en ligne

Yoast SEO

Pour l'optimisation du référencement naturel du site

Divi Builder

Outil de construction de pages, avec Divi thème pour un design cohérent et moderne

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Stratégie digitale

Présence en ligne

SITE WEB :

Plateforme principale pour la présentation des services, partage de ressources prise de contact et de rendez-vous au cabinet

RÉSEAUX SOCIAUX :

Utilisation de Facebook et Instagram pour élargir la portée, engager avec la communauté et promouvoir le contenu du site.

Marketing de contenu :

BLOG :

Créer des articles sur les bénéfices de la sophrologie, techniques de relaxation, et études de cas.

NEWSLETTER :

Communiquer régulièrement avec les abonnés pour les tenir informés des nouveautés, partager des articles du blog messages inspirants et des podcasts. La newsletter vise à fidéliser les visiteurs et à les convertir en clients.

SPOTIFY :

Création d'un podcast sur Spotify pour partager des sessions guidées de sophrologie, des méditations, et des discussions sur le bien-être. Ce contenu audio permettra d'atteindre un public qui préfère consommer du contenu en format audio pendant leurs activités quotidiennes.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Génération de trafic

Objectifs de génération de trafic

AUGMENTER LA VISIBILITÉ :

Accroître la visibilité en ligne d'Audrey Dejaegere pour attirer un public plus large intéressé par la sophrologie.

CONVERSION DE VISITEURS EN LEADS :

Optimiser le site pour convertir les visiteurs en clients potentiels

ENGAGEMENT DES UTILISATEURS :

Améliorer l'engagement des visiteurs avec du contenu interactif et informatif qui encourage la navigation prolongée et la fidélisation.

Moyens de génération de trafic

OPTIMISATION POUR LES MOTEURS DE RECHERCHE (SEO) :

- Utilisation de mots-clés pertinents dans les contenus pour améliorer le classement dans les résultats de recherche.
- Amélioration des aspects techniques du SEO, comme la vitesse de chargement des pages et la mobile-friendly.
- Intégration de Google My Business pour améliorer le SEO locale.

MARKETING DE CONTENU :

- Publier régulièrement des publication d'articles de blog qui ciblent les intérêts des personas identifiés, enrichis de mots-clés pour le SEO.
- Création de contenus visuels tels que des infographies et des vidéos pour augmenter l'engagement et le partage sur les réseaux sociaux.

RÉSEAUX SOCIAUX :

- Création et partage de contenu engageant et interactif qui incite à l'action, comme des infographies, des vidéos courtes et des guides pratiques sur la sophrologie.
- Utilisation active des plateformes sociales comme Facebook et Instagram pour promouvoir les contenus, partager des articles de sophrologie, et interagir avec la communauté.
- Utilisation de formats interactifs tels que des sondages, des questions-réponses, et des live sessions pour encourager la participation de la communauté.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Génération de trafic

EMAIL MARKETING :

- Développement d'une newsletter pour fidéliser les visiteurs en partageant des nouveautés, des articles et messages inspirants
- Utilisation de campagnes d'emailing pour rappeler aux clients les rendez-vous

PODCASTS :

- Production régulière de podcasts sur la sophrologie et le bien-être, en abordant des sujets pertinents qui attirent un public intéressé par la santé mentale et la relaxation.
- Développement de séries de podcasts ou d'épisodes spéciaux en collaboration avec d'autres experts du bien-être, augmentant ainsi la diversité du contenu et l'attrait pour un public plus large.

PLATEFORME LMS :

Lorsque la sophrologue aura acquis une certaine notoriété, un projet ambitieux à envisager serait la création d'un programme de Masterclass sur la sophrologie, en exploitant des plateformes LMS telles que Podia ou Learndash (une extension WordPress). Ce projet pourrait non seulement élargir l'audience de la sophrologue, mais aussi positionner son expertise à un niveau supérieur.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Stratégie SEO

Stratégie de Mots-clés

La stratégie SEO repose sur l'utilisation de mots-clés ciblés qui sont répartis dans plusieurs catégories pour couvrir tous les aspects pertinents de la sophrologie et atteindre divers segments du marché :

MOTS-CLÉS GÉNÉRALISTES :

"Sophrologie", "relaxation", "gestion du stress", "épanouissement personnel", "calme intérieur", etc.

MOTS-CLÉS DE MARQUE :

"Audrey Dejaegere", "Audrey Dejaegere Sophrologue".

MOTS-CLÉS LOCAUX :

"Mon cabinet à Amblainville", "Sophrologie enfants Amblainville", "Sophrologie adolescents Amblainville", "Sophrologie adultes Amblainville", "Sophrologie seniors Amblainville", "Contactez votre sophrologue à Amblainville"

MOTS-CLÉS INFORMATIFS :

"Exercices de sophrologie", "techniques de relaxation guidée", "Notre approche de la sophrologie"

Optimisation d'une page

L'optimisation d'une page comprend plusieurs éléments cruciaux pour améliorer le classement du site dans les résultats de recherche :

BALISES TITRES ET MÉTA DESCRIPTIONS :

Utilisation de titres accrocheurs et de descriptions méta informatives qui intègrent les mots-clés principaux.

OPTIMISATION DES IMAGES :

Usage de balises ALT pour les images, qui incluent des mots-clés pertinents pour améliorer l'accessibilité et le SEO.

CONTENU DE QUALITÉ :

Création de contenus riches et pertinents qui répondent aux besoins d'information des utilisateurs et incluent des mots-clés de manière naturelle.

XII. ANNEXES

CAHIER DES CHARGES

Stratégie SEO

STRUCTURATION DU CONTENU :

Utilisation de titres et sous-titres (H1, H2, H3) pour structurer le contenu, ce qui aide à l'indexation par les moteurs de recherche.

SEO Technique

RESPONSIVE DESIGN :

Assurer que le site est adapté à tous les appareils, notamment mobiles, ce qui est un facteur important pour le classement Google.

VITESSE DE CHARGEMENT :

Optimisation des images et minimisation des codes CSS et JavaScript pour accélérer le temps de chargement du site.

ARCHITECTURE DU SITE ET MAILLAGE INTERNE :

Organiser logiquement l'arborescence du site et créer un maillage interne et externe efficace pour faciliter la navigation et renforcer le SEO.

Création de Contenu et Blog

ARTICLES DE BLOG :

Publication et partager régulière d'articles sur des sujets liés à la sophrologie sur le site, les réseaux sociaux et la newsletter pour attirer et engager le public cible, tout en intégrant des mots-clés pertinents pour améliorer le SEO.

Suivi et Analyse

OUTILS SEO :

Utilisation de Google Analytics et d'autres outils comme Yoast SEO pour suivre les performances du site, analyser le trafic, et ajuster les stratégies selon les résultats.