

HeyPapi!

Stratégie de
Référencement

HeyPapi!

Brief

- But : **service en ligne d'impression** d'albums **photos** ;
- Objectif : **partager** des photos entre les **jeunes** générations et les **seniors** ;
- Moyen : **Créer, imprimer** et **envoyer** tous les mois un **album** photo à partir de **Whatsapp** ou de **Messenger**.

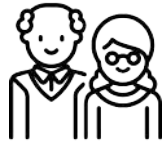
Intentions

- **Rédiger** le contenu de sa **LandingPage** ;
- **Présenter** le concept de son **application**, ses **bénéfices** et les **fonctionnalités**.

Concurrence

- **MyTribu News** : « Tribu | L'album de famille qui reconnecte les générations. »
- **Famileo** : « Le journal familial qui fait le bonheur des grands-parents. »
- **Parlapapi** : « Parlapapi : des nouvelles de toute la famille pour papi et mamie. »
- **Neveo** : « Le journal photo mensuel pour vos grands-parents – Neveo. »

I.1. Stratégie SEO - Personæ



Dominique

75 ans

Retraite

Retraite

Desktop

Objectifs :

- 1) Aider dans l'associatif ;
- 2) Partager son jardin ;
- 3) Partager ses voyages ;
- 4) Partager ses photos avec son entourage.



Camille

40 ans

VRP

Vie Active

Mobile

Objectifs :

- 1) Cuisiner ;
- 2) Randonner ;
- 3) Prendre des photos ;
- 4) Partager ses photos avec son entourage.



Loïs

16 ans

Lycée

Études

Mobile

Objectifs :

- 1) Aller sur les réseaux ;
- 2) Partager avec ses amis ;
- 3) Garder en mémoire ;
- 4) Partager ses photos avec son entourage.

I.2. Stratégie SEO – Chant Lexical

But

- Trouver les mots les plus **pertinents** dans le contenu ;
- Pour améliorer le **référencement** ;
- Tout en se **différenciant** de la concurrence.

Moyen

- Mettre l'accent sur le **lien** familial et les **événements** qui jalonnent la vie de famille ;
- Pour éviter l'**isolement** des seniors ;
- Avec une utilisation **simple, ludique** et **rapide**.

I.3. Stratégie SEO – Mots clés

Importance



- Parents
- Grands-parents
- Mémoire
- Papy / Mamy
- Enfants
- **WhatsApp**
- Messenger
- **Photos**
- Souvenirs
- Partage

- **Famille**
- Agenda
- Mois
- Événements
- Fêtes
- Anniversaires
- Album
- Isolement
- **Simplement**
- Facile

- Clic
- Clic & go
- Commander
- Envoyer
- Abonnement
- Mensuel
- Inscription
- Offre
- **Imprimer**
- Paiement

I.4. Stratégie SEO – Traînes

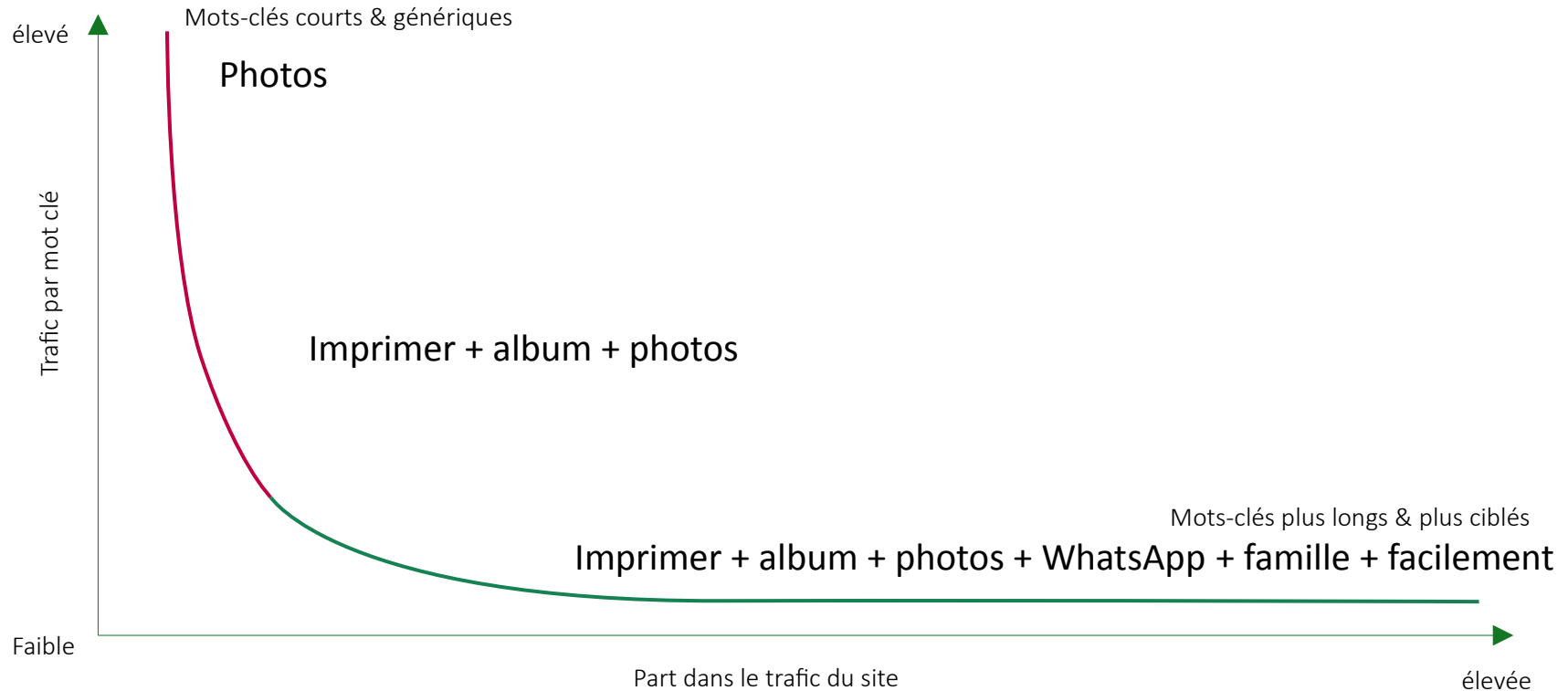
Courte Traîne

- Imprimer
- Album
- Photos
- Cadeaux
- Grands-Parents
- Famille
- Fêtes
- WhatsApp
- Messenger

Longue Traîne

- Imprimer + photos + facilement + famille
- Partager + album + familial
- Moments + familiaux + à distance
- Imprimer + sportifs + enfants
- Partage + grands-parents
- Livraison + album + photos + familial
- Partager + photos + WhatsApp
- Imprimer + photos + Messenger
- Partager + fêtes + enfants

I.5. Stratégie SEO – Graphique Longue Traîne



II.1. SEO technique – SNIPPETs 1

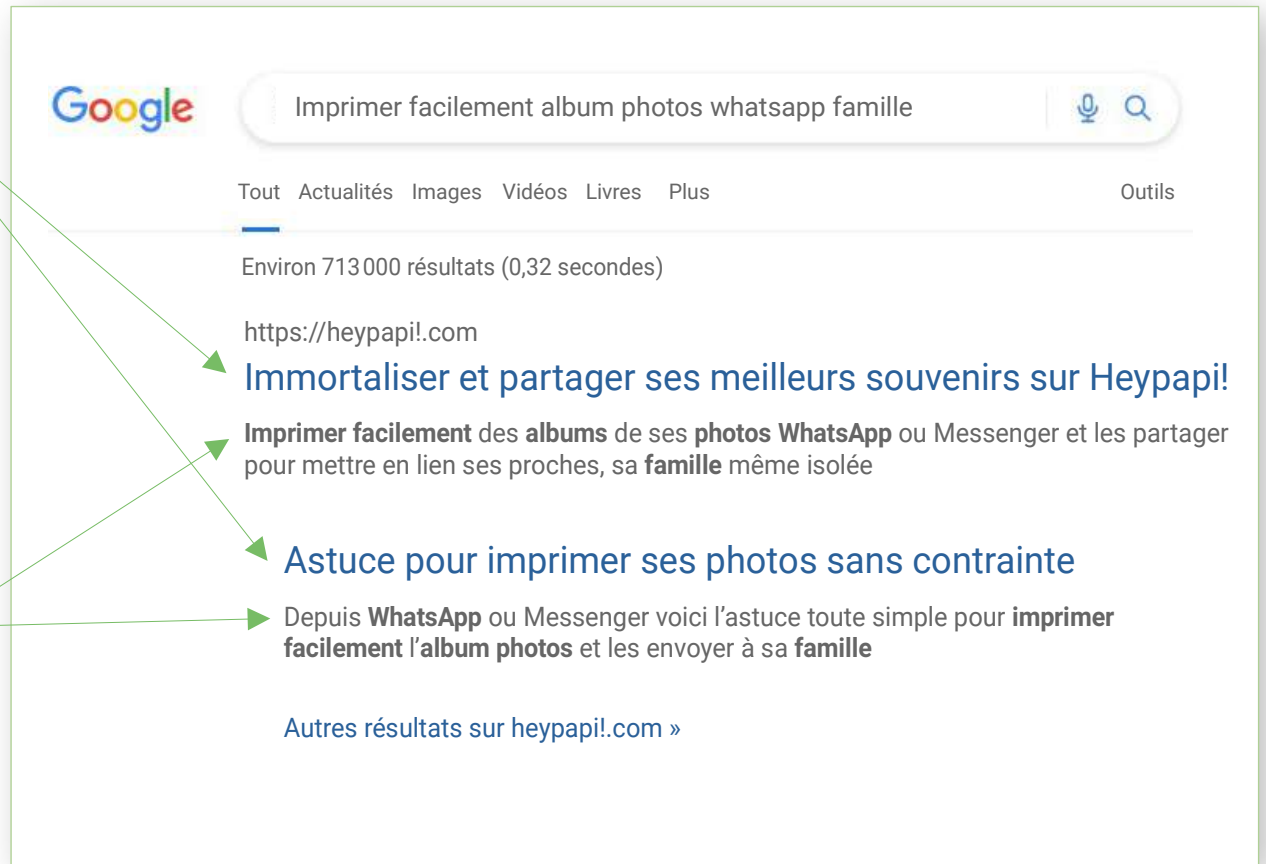
<Title>

Comme une BaseLine il doit accrocher l'utilisateur. Il s'agit de :

- Focaliser sur la **facilité** et la **convivialité** du **partage** ;
- Tout en se **différenciant** de la concurrence.

<Meta description>

Nous résumons les activités de la page en s'appuyant sur la longue traîne pour stimuler le moteur de recherche.



II.2. SEO technique – SNIPPETs 2

Featured SNIPPET

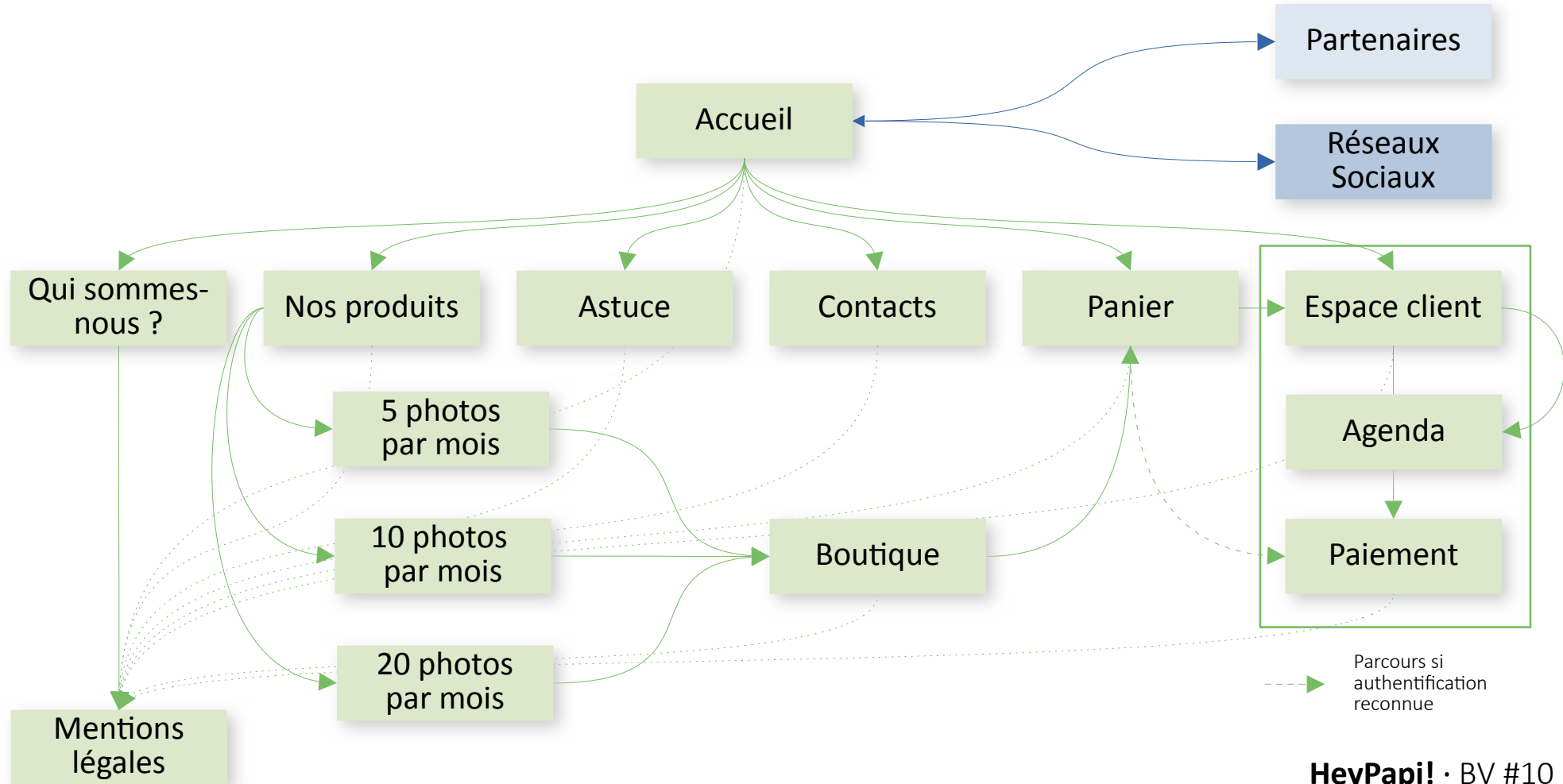
Afin de faire monter le référencement Web, nous ferons une LandingPage :

- Pour donner des **conseils** pertinents ;
- Pour **simplifier** l'utilisation ;
- Et permettre à **toutes les générations** d'utiliser l'application.



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "Imprimer facilement album photos whatsapp famille". Below the search bar, there are tabs for "Tout", "Actualités", "Images", "Vidéos", "Livres", and "Plus". The search results show "Environ 1 600 résultats (0,15 secondes)". A featured snippet is displayed, starting with the heading "Imprimer facilement ses photos depuis WhatsApp ou Messenger :". This is followed by a numbered list of 7 steps: 1. Ajouter le site HeyPapi! à l'écran d'accueil de votre smartphone ; 2. Ouvrir votre galerie photos à l'onglet de la messagerie souhaitée ; 3. Sélectionner les photos à imprimer ; 4. Les partager avec la web app HeyPapi! ; 5. Sélectionner le thème de l'album et le nombre de photos désirés, les adresses de votre famille à qui les envoyer, payer via une transaction sécurisée ; 6. Et les imprimer ; 7. Votre famille le recevra partout dans le monde dans les meilleurs délais. Below the list, the URL "https://heypapi!.com" is shown, followed by the text "Comment imprimer ses photos facilement ?" and a blue link "Astuce pour imprimer ses photos sans contrainte". A green arrow points from the "Featured SNIPPET" text on the left to the featured snippet in the search results.

III.1. SEO technique – SiteMap

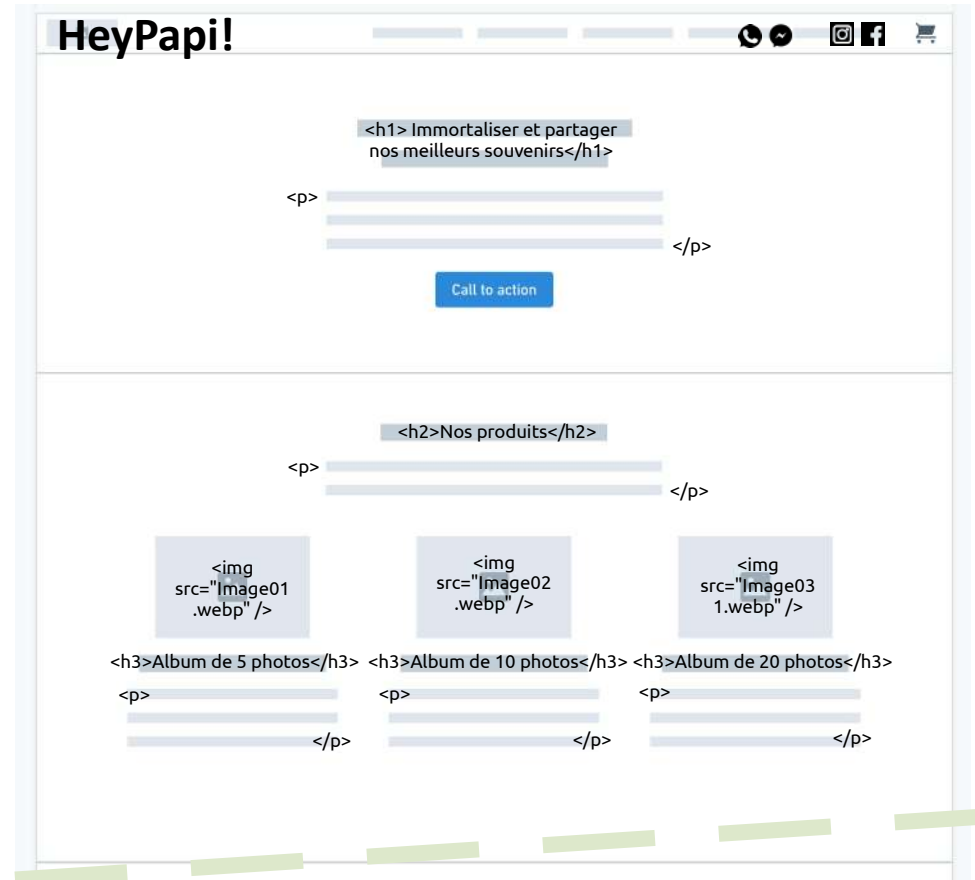


III.2. SEO technique – Balisage & Structure “hn”

Page d'accueil

Nous allons précisément **structurer** les éléments pour que les **moteurs de recherches** :

- Considèrent **positivement** le site ;
- Pour **l'indexer** ;
- Et le **mettre en valeur**.



III.3. SEO technique – Structure “hn” & NetLinking

Landing Page

Quelque soit la page, nous devons retrouver cette **structure** nécessaire au **référencement** avec des liens qui permettent d'augmenter le **flux** :

NetLinking

On y trouve des liens :

- Internes ;
 - Ouverts aux moteurs ;
 - Ou qui leur **interdisent** l'accès (no follow) ;
- Externes ;
 - Vers les **réseaux sociaux** ;
 - Ou vers **des sites** qui parlent de nous.

The image shows a screenshot of a website titled "HeyPapi!". The page layout includes a header with the brand name, social media icons, and a "Call to action" button. The main content area is divided into sections. Overlaid on the screenshot are several HTML code snippets with green arrows pointing to their corresponding elements on the page:

- ` 'Espace client` points to a link in the top right header.
- `<h2>Qui sommes-nous ?</h2>` points to the main heading of the first section.
- `<p>` and `</p>` snippets point to paragraphs of text in the first section.
- `<h3>Le plus simplement possible !</h3>` points to the heading of the second section.
- `` points to an image placeholder in the second section.
- `En savoir plus` points to a link in the second section.
- `<h3>On parle de nous !</h3>` points to the heading of the third section.
- `<p>` and `</p>` snippets point to paragraphs of text in the third section.
- `<h4>presse2</h4>`, ` Heypapi! Simplissime !`, and `</p>` point to an external link in the bottom right section.
- `<h4>presse3</h4>`, ` Heypapi! Simplissime !`, and `</p>` point to another external link in the bottom right section.

At the bottom right of the screenshot, the text "HeyPapi! · BV #12" is visible.

IV.1. Audit SEO – Concurrence

Concurrence

Parmi les concurrents du site, nous nous sommes intéressés à :

- **Neveo** : Impression d'un album mensuel via une App dédiée ;
- **MyTribu News** : propose un journal mensuel sous forme d'album à envoyer tous les mois ;
- **Parlapapi** : permet de partager ses photos WhatsApp sous forme de cartes postales.

Axes de l'Audit

Nous avons orienté notre recherche en suivant trois axes :

- L'**impact carbone** des sites ;
- La **vitesse de chargement** des pages d'accueil ;
- L'**analyse SEO** proprement dite.

IV.2. Audit SEO – Impact Carbone

Impact énergétique

L'**impact carbone** d'un site est un levier **concurrentiel** important pour le futur. Il est donc nécessaire **d'analyser** ces données.

Source : <https://www.websitecarbon.com/>

Adresse	Poids CO ₂ produit par visite	Équivalent CO ₂ par mois pour 10 000 pages	Énergie dépensée par mois pour 10 000 pages	Nombre de pages testées moins sales	Analyse
neveo.io/fr/	4,00 g	479,64 kg	1 085 kWh	96 %	Très mauvais
mytribunews.com/fr	0,82 g	98,46 kg	223 kWh	69 %	Mauvais
parlapapi.com	0,63 %	75,12 kg	196 kWh	60 %	Mauvais

IV.3. Audit SEO – Vitesse Mobile / Bureau

Vitesse de chargement des pages

C'est un autre **critère** important à analyser pour **éviter** d'importants de **taux de rebonds**.
Source : <https://pagespeed.web.dev/?hl=fr>

Adresse	Type	LCP Charge réelle de la page	Speed Index Temps moyen d'affichage des parties visibles	Time to interactive	Accessibilité	Bonnes pratiques	SEO	Performances
neveo.io/fr/	Bureau	6,3 s	2,7 s	5,7 s	78	92	82	60
	Mobile	14,1 s	26,9 s	41,5 s	78	92	85	20
mytribunews.com/fr	Bureau	2,0 s	1,0 s	2,1 s	79	92	91	88
	Mobile	7,5 s	4,4 s	10,7 s	78	92	92	37
parlapapi.com	Bureau	1,6 s	1,9 s	4,1 s	77	75	83	77
	Mobile	9,0 s	10,1 s	21,1 s	77	67	86	25

IV.4. Audit SEO – Données SEO

Annalyse des données SEO

L'analyse SEO proprement dite va nous permettre de voir les **défaillances** des sites qui empêchent une bonne **optimisation** du **référencement** par les **moteurs de recherche**.

Source : <https://alyze.info/>

Adresse	Mots-clés	Optimisation	Liens	Réseau	Indice d'optimisation
neveo.io/fr/	Nbre de mots : 886 <i>Bonne optimisation</i>	Balise de Méta : 331c JavaScript: ++ Plan : Balise & Logique	Gestion : Bonne	Poids de la page : ++ HTTP ss HSHTS	B+
mytribunews.com/fr	Nbre de mots : 69 <i>Mauvaise optimisation</i>	Poids des mots : ++ JavaScript: ++ Plan : Balise	Gestion : 2 no Follow	Poids de la page : +++ HTTP ss HSHTS	E
parlapapi.com	Nbre de mots : 635 <i>Bonne optimisation</i>	Poids des mots : ++ JavaScript: +++ Plan : Balise	Gestion : Pertinence liens int. Pertinence liens ext. 1 no Follow	Poids de la page : +++	B+

IV.5. Audit SEO – Mots-clés de la concurrence

Mots clés utilisés

Les mots clés utilisés par Neveo et Parlapapi sont :

Neveo		Parlapapi	
• Grands-Parents	• Envoyez vos photos	• Famille	• Whatsapp
• Journal photos	• Journal photo mensuel	• Abonnement	• Nouvelles de toute la famille
• Mensuel	• Membres de votre famille	• Nouvelles	• Pousser mémé dans les orties
• Photos	• Souvenirs	• Photos	• Mois

Les mots-clés du site **MyTribuneNews** n'ont pas été exploités n'ayant aucune utilité pour notre étude.

IV.6. Audit SEO – KPI de la concurrence

Évaluation des KPI de la concurrence

Pour résumer, voici ce que nous pouvons dire à propos du référencement de la concurrence :

Forces	Faiblesses
<p>Notoriété sur le net et dans la presse (ancienneté) ; Optimisation pour le Bureau (ou une application) ; Gestion des liens ; Position dans les réseaux sociaux ; International.</p>	<p>Forte empreinte carbone ; Pas de Mobil first ; Mauvais parcours utilisateur ; Favorables à un taux de rebonds ; Forcing à l'achat.</p>
Opportunités	Menaces
<p>Mobile first ; Simplifier l'expérience ; Politique DD et écologique ; Créer un partenariat avec les Gafam.</p>	<p>Concurrence importante (Google photo, Amazon) ; Crise énergétique ; Disparition démographique (fin du papy boom) ; Coût de maintenance et de refonte d'un site.</p>

V.1. Proposition SEO – Axes d’optimisation

Forts de cette analyse, nous avons tous les moyens pour nous permettre d’optimiser au mieux le site internet **HeyPapi!**, pour cela il nous faut considérer trois orientations possibles :

- Technique ;
- Quant au contenu ;
- Pour augmenter la popularité.

Techniquement

Il faut :

- **Rationaliser** le contenu afin de minimiser l’**impact carbone** et ainsi **accélérer** le temps de chargement et ainsi **éviter** le taux de rebonds ;
- Penser **Mobile first**, l’application étant d’abord une suite des **messengeries** WhatsApp et Messenger, il est donc primordial **d’optimiser l’expérience utilisateur** dans ce sens ;
- Savoir **utiliser les outils** proposés par les **moteurs de recherche** pour un **meilleur rendement** (par exemple : Google Add, Google Analytique et Google My Business, etc.).

V.2. Proposition SEO – Axes d'optimisation

Le contenu

Pour **se différencier** de la concurrence, il est nécessaire de **mettre en valeur** le contenu.

Il sera bon de se concentrer sur la qualité de la prestation, ne pas trop proposer et laisser le choix au client.

- Utiliser une mise en page esthétique, mais surtout basée sur les **bonnes pratiques**, simplifiant au maximum le parcours utilisateur ;
- Mettre en avant les bons **mots-clés** sur chacune des pages ;
- Proposer un minimum de **personnalisation** pour que l'utilisateur y retrouve ses goûts.
- Proposer une connexion avec son **agenda** pour ne pas oublier les dates importantes de la vie de ses proches.

V.3. Proposition SEO – Axes d'optimisation

Popularité

Pour palier à la jeunesse du site, il est nécessaire de gagner en popularité afin d'être immédiatement mis en avant par les moteurs de recherche. Il faut donc :

- Mettre en avant la volonté de minimiser l'**impact énergétique** ;
 - **En simplifiant** l'expérience utilisateur ;
- Montrer l'orientation vers le **développement durable** dans le choix du papier, par exemple ;
- Créer un **partenariat avec Meta** pour une intégration de l'outil dans les deux plates-formes de messagerie ;

HeyPapi!

L'analyse de la concurrence nous permet de voir les écueils dans lesquels nous ne pouvons pas tomber pour éviter un énième site qui aura du mal à se démarquer.

Fort de cette stratégie de financement, il ne nous reste plus qu'à nous lancer dans la fabrication du site.

Merci pour votre attention !

Maxelik
Bertrand Vaillant