

PROJET SITE INTERNET

Arounds Tarbes



Mélissa RECHOU

TC33A

SOMMAIRE

Introduction.....	3
Création de la Stratégie.....	4
1. Choix du thème du projet.....	4
Objectifs.....	5
2. Définition des objectifs marketing.....	6
3.. Sélection des canaux de diffusion.....	14
4.. Définition des indicateurs de performance (KPI).....	14
5.. Mise en place d'une veille stratégique.....	15
Conception du site internet.....	16
1. Arborescence et Structure.....	16
2. Zoning et Wireframes.....	18
Landing page.....	18
3. Design et Expérience Utilisateur (UX).....	21
4. Fonctionnalités et Technologies.....	21
6. Référencement naturel (SEO).....	25
8. Planning.....	26
Charte graphique.....	27
1. Logo.....	27
Éléments visuels principaux.....	28
Couleurs et ambiance.....	28
Texte et typographie.....	28
Versions du logo.....	29
2. Palette de couleurs.....	30
Charte éditoriale.....	32
1. Ton et Style.....	32
2. Vocabulaire et Terminologie.....	33
3. Structure et Format.....	33
4. Optimisation SEO.....	35
5. Ligne Éditoriale.....	36
Stratégie réseaux sociaux.....	36
1. Pourquoi Instagram ?.....	36
2. Analyse du compte depuis 3 mois.....	37
3. Axes d'amélioration.....	38
II - Nombre d'abonnés avant/après Instagram :	39
Évaluation et Recommandations.....	39

Introduction

En 2023, environ 48% des coureurs réguliers déclarent pratiquer la course à pied principalement pour décompresser après une journée de travail ou se détendre.

Néanmoins, lorsque nous habitons dans des grandes villes, je trouve qu'il est difficile de décompresser vraiment. En effet, courir en ville nécessite des arrêts constants que ce soit pour traverser, pour esquiver des dangers ou encore par sécurité.

Le cerveau et le corps ne peuvent pas profiter pleinement de l'activité physique puisque nous devons toujours être sur nos gardes et attentif à l'environnement.

Lorsque je me suis rendu compte de la difficulté de courir en ville, j'ai eu l'idée de créer un site internet pour donner des itinéraires sécurisés et adaptés à la course à pied autour de grandes villes, en commençant par Tarbes.

Création de la Stratégie

1. Choix du thème du projet

J'ai d'abord pris le temps de lister les points auxquels je voudrais que mon site réponde

Frustrations sur la course à pied :

- Pas de site qui recense des itinéraires de courses à pied autour de Tarbes
- Les sites sur la course à pied en général sont souvent à titre informatif, avec différents itinéraires mais c'est assez compliqué de trouver un site qui nous permettent d'interagir avec les autres. Pouvoir donner son avis sur le parcours qu'on vient d'effectuer pour créer du lien avec d'autres passionnés ou tout simplement aider les utilisateurs en partageant son ressenti
- On ne peut pas s'identifier clairement dans les parcours proposés (difficultés, points d'intérêts, nombres de kilomètres...)

Comment résoudre ces problèmes ?

- J'aimerais mettre en place plusieurs catégories afin que les recherches soient plus ludiques pour les utilisateurs tel que (nombres de kilomètres, à proximité, vue panoramique, rivière, lacs, et nos coups de coeur)
- Pour le fait de ne pas pouvoir interagir avec les autres, j'aimerais intégrer à mon site un système de notation des courses. Chaque utilisateur pourrait noter la course qu'il vient d'effectuer et si possible, même commenter pour partager son ressenti.

J'aimerais créer un site internet dédié à la course à pied, dans l'idée de proposer une plateforme où les amateurs, passionnés, ou même les curieux, pourront découvrir plusieurs parcours pour la course. Mon but est de recenser différents types de itinéraires, qu'ils soient adaptés aux débutants, intermédiaires ou confirmés. Chaque parcours sera détaillé avec des informations précises comme le nombre de kilomètres, la durée moyenne, les points d'intérêt, ainsi que des conseils pratiques.

Les itinéraires proposés vont permettre de se reconnecter à la nature, de découvrir des lieux différents, de varier ses sorties et de faire le plein d'énergie tout en évacuant le stress du quotidien loin de la ville. Mon site a pour objectif de rendre la course à pied plus ludique, en proposant des ressources intuitives et de regrouper une communauté bienveillante et passionnée.

Objectifs

Mon objectif principal est de **créer une communauté autour de la course à pied**, un **espace où les utilisateurs peuvent échanger leurs expériences en commentaires des circuits de courses, émettre des avis en notant les parcours sous forme de <3** , et même **découvrir le l'itinéraire précis en s'abonnant**. Le but est d'attirer le plus grand nombre de coureurs pour qu'ils contribuent à enrichir la plateforme, que ce soit en laissant des avis et commentaires en dessous de la course déjà existante (partager des ressentis, des conseils...), en rencontrant de nouvelles personnes sur la plateforme, en partageant une passion avec d'autres pratiquants

Ma conversion se mesurera par l'engagement des utilisateurs. J'encouragerai les visiteurs à s'inscrire pour accéder à des fonctionnalités supplémentaires comme :

- Avoir accès au l'itinéraire exact des courses
- Partager son ressenti en donnant son avis sur un parcours
- Pouvoir suivre les différentes courses déjà effectués depuis son espace personnel

Mon site s'adresse à tous ceux qui aiment la nature et souhaitent découvrir de nouveaux itinéraires de course à pied.

- Les débutants qui cherchent des parcours accessibles.
- Les passionnés de course à pied qui cherchent des parcours plus techniques ou variés.
- Les personnes qui vivent en ville pour trouver des parcours adapté autour d'eux

2. Définition des objectifs marketing

Objectif 1 : Encourager l'inscription des utilisateurs

Inciter les utilisateurs à s'inscrire en offrant des fonctionnalités supplémentaires comme l'accès aux itinéraires détaillés et la possibilité de suivre leurs courses réalisées.

L'objectif est d'atteindre 40 inscriptions dans les 3 premiers mois après le lancement du site en proposant des avantages clairs pour les inscrits, comme le partage de leurs expériences et la notation des courses.

En créant un sentiment d'appartenance et en fidélisant les utilisateurs via des fonctionnalités qui les impliquent dans la communauté. Cet objectif doit être atteint dans les 3 premiers mois.

Objectif 2 : Créer une communauté engagée autour de la course à pied

Développer un espace interactif où les utilisateurs peuvent commenter et noter les parcours effectués, avec un système de "<3" pour évaluer les courses.

En utilisant un design simple et intuitif pour encourager l'interaction. La communauté et les avis des utilisateurs seront essentiels pour maintenir la pertinence du site et attirer de nouveaux utilisateurs.

L'objectif est de recevoir au moins 10 avis et commentaires d'utilisateurs dans les 3 premiers mois suivant le lancement.

3. Identification des cibles (personas)

JULIE : CONFIRMÉ

Critères socio-démographiques

Critère	Détail
Âge	34 ans
Sexe	Féminin
Profession	Chargée de communication
Revenu	Moyen à élevé
Niveau d'éducation	Bac +5, diplômée en communication
Situation familiale	Célibataire, sans enfants
Localisation	Tarbes, centre-ville
Style de vie	Active, sportive, orientée bien-être

Description du Persona Julie

Julie, 34 ans, est une professionnelle accomplie dans le domaine de la communication. Elle mène une vie active, entre ses responsabilités professionnelles exigeantes et son besoin de s'évader par la course à pied, une passion qu'elle cultive depuis plusieurs années. Julie utilise la course comme un moyen de se libérer du stress accumulé au travail, préférant des parcours naturels et tranquilles. Bien qu'elle vive en ville, elle aspire à sortir du cadre urbain pour se reconnecter à la nature, ce qui lui permet de mieux se ressourcer. Toujours à l'affût de nouveaux itinéraires, elle cherche des solutions pratiques et des parcours adaptés à son

niveau, tout en valorisant les échanges avec une communauté de coureurs partageant ses centres d'intérêt. Elle est très connectée et à l'aise avec les nouvelles technologies, notamment les réseaux sociaux, où elle aime suivre les tendances sportives.

Psychographie

Attitude/Valeurs

Influence sur les décisions d'achat

Reconnexion à la nature

Privilégie les parcours de course en plein air, loin du centre urbain.

Souci du bien-être personnel et gestion du stress

Recherches de solutions qui lui permettent de se déconnecter du stress quotidien.

Importance de la performance personnelle

Cherche des itinéraires variés et stimulants pour améliorer ses performances.

Forte sociabilité et d'échange communautaire

Apprécie les plateformes et services qui favorisent les interactions entre utilisateurs.

Attachement à la simplicité et à l'efficacité

Privilégie les outils digitaux intuitifs et ergonomiques qui lui font gagner du temps.

Comportements d'achat

Habitudes d'achat	Détail
Canaux préférés	En ligne : réseaux sociaux, plateformes sportives, applications mobiles.
Processus de décision	Réfléchi mais rapide, se base souvent sur les avis des autres coureurs ou sur des recommandations.
Critères principaux	Accessibilité des parcours, qualité des informations fournies (détail des parcours, balisage, etc.).
Fréquence d'achat	Rare pour des achats directs, mais fréquente pour la recherche d'itinéraires et d'avis sur les forums.
Utilisation des services numériques	Consomme des contenus sur des plateformes sportives interactives et engageantes.

Frustrations :

- Peu d'options disponibles pour des itinéraires sécurisés autour de Tarbes.
- Les sites actuels se concentrent sur des informations basiques et manquent d'interactivité.
- Elle ne trouve pas de plateforme où elle peut partager ses impressions, échanger avec d'autres coureurs, et découvrir des itinéraires adaptés à son niveau ou ses envies.

Besoins :

- Découvrir de nouveaux itinéraires autour de la ville, facilement accessibles en voiture ou à pied.

- Trouver des parcours adaptés à son niveau et à ses envies du moment (kilométrage, difficulté, points d'intérêt).
- Pouvoir échanger des avis, donner des conseils et obtenir des recommandations d'autres coureurs.

Objectifs :

- Décompresser dans un environnement plus naturel.
- Améliorer sa performance en courant sur des parcours variés.
- Interagir avec une communauté qui partage les mêmes centres d'intérêt pour échanger des avis et des conseils sur les parcours.

Julie consulte régulièrement des forums de course à pied, mais trouve qu'ils manquent de fonctionnalités d'échange plus directes (commentaires sur les parcours, etc.). Elle est très active sur les réseaux sociaux, et aime suivre les tendances sportives et bien-être. Elle apprécie les plateformes intuitives où elle peut facilement trouver ce qu'elle cherche sans perdre de temps.

Problématiques clés :

Où puis-je trouver des parcours de course sécurisés et adaptés à mon niveau autour de Tarbes ?

Comment puis-je éviter le stress et les interruptions causés par la circulation urbaine pendant mes courses ?

Quels sont les meilleurs moyens de découvrir de nouveaux itinéraires naturels sans perdre de temps à les chercher ?

Arguments clés pour convaincre

Propositions d'itinéraires adaptés : Notre plateforme vous propose une large sélection de parcours sécurisés et balisés autour de Tarbes, classés par niveau et distance, permettant à Julie de trouver rapidement l'itinéraire idéal.

Balisage et sécurité : Chaque parcours est soigneusement documenté avec des informations sur la sécurité, afin de lui permettre de courir sereinement sans être dérangée par le trafic urbain.

Interface intuitive et fonctionnelle : Grâce à une interface claire et facile à utiliser, elle peut découvrir de nouveaux parcours sans effort et en quelques clics seulement.

Communauté engagée : Notre plateforme permet à Julie d'échanger directement avec d'autres coureurs via des commentaires sur les parcours, des forums et des groupes de discussion.

Amélioration de la performance : En diversifiant les parcours disponibles (variante dans les dénivelés et la distance), nous offrons à Julie les ressources nécessaires pour optimiser son entraînement et atteindre ses objectifs sportifs.

CLARA : DÉBUTANT

Critères socio-démographiques

Critère	Détail
Âge	21 ans
Sexe	Féminin
Profession	Etudiante
Revenu	Faible
Niveau d'éducation	Bac +3, préparation d'un diplôme de médecine
Situation familiale	Célibataire, sans enfants
Localisation	Tarbes, centre-ville

Description du Persona Clara

Clara, 21, est une étudiante préparant son diplôme de médecine à Tarbes. Elle n'est pas très sportive mais à la volonté de s'y mettre. En effet, ces études sont omniprésentes dans son quotidien et elle n'arrive pas à décompresser.

Elle à besoin d'une activité physique qui lui permette de s'échapper un peu de son quotidien, de relâcher la pression et de prendre un moment pour elle.

Elle à la volonté de commencer la course mais elle manque d'informations. Elle cherche à être accompagnée pour avoir des idées d'endroits où pouvoir s'entraîner. Elle aimerait sortir de son cadre de vie stressant en s'éloignant un peu de la ville.

Avant de s’y mettre, elle s’est renseignée sur les réseaux sociaux, en particulier tiktok mais elle n’a trouvé que des conseils “globaux” sur la course à pied et non ciblé autour de chez elle. Elle recherche de la motivation autour d’une communauté qui l’a poussée à s’améliorer.

Psychographie

Attitude/Valeurs

Influence sur les décisions d'achat

S’aérer l’esprit loin de son quotidien	Privilégie les parcours de course en plein air, loin du centre urbain.
Souci du bien-être personnel et gestion du stress	Recherches de solutions qui lui permettent de se déconnecter du stress quotidien.
Chercher à progresser	Cherche des itinéraires simples et stimulants pour améliorer ses performances.
Besoin d’échange communautaire pour s’améliorer	Apprécie les plateformes et services qui favorisent les interactions entre utilisateurs.

Comportements d'achat

Habitudes d'achat

Détail

Canaux préférés

En ligne : réseaux sociaux, plateforme en ligne

Processus de décision

Réfléchi mais rapide, se base souvent sur les avis des autres

coureurs ou sur des recommandations.

Critères principaux Parcours simples et variés autour de Tarbes

Fréquence d'achat Rare

Utilisation des services numériques Consomme des contenus sur des plateformes sportives interactives et engageantes.

Frustrations :

- Elle a du mal à trouver des parcours adaptés autour de chez elle (circuits hors ville par exemple)
- Les sites actuels se concentrent sur des informations basiques et manquent d'interactivité.
- Elle ne trouve pas de plateforme où elle peut partager ses impressions, échanger avec d'autres coureurs, et découvrir des itinéraires adaptés à son niveau ou ses envies.

Besoins :

- Découvrir de nouveaux itinéraires autour de la ville, facilement accessibles en voiture ou à pied.
- Trouver des parcours adaptés à son niveau et à ses envies du moment
- Pouvoir échanger des avis et obtenir des recommandations d'autres coureurs.
- Pouvoir progresser grâce aux conseils d'une communauté

Objectifs :

- Décompresser dans un environnement moins stressant.
- Améliorer sa performance en courant sur des parcours variés.
- Interagir avec une communauté qui partage les mêmes centres d'intérêt pour échanger des avis et des conseils sur les parcours.

5. Sélection des canaux de diffusion

J'ai choisi de communiquer sur la plateforme Instagram puisque ma cible utilise cette plateforme dans son quotidien. Elle ne va que très peu sur Facebook, il n'est donc pas nécessaire de se pencher dessus.

Sur Instagram, je pense qu'il est indispensable de se développer étant donné que les utilisateurs ont entre 18 et 34 ans. C'est pile ma cible. D'autant plus que depuis ces dernières années, ce sont des endroits où la course à pied a de plus en plus de succès.



6. Définition des indicateurs de performance (KPI)

Afin de mesurer l'efficacité et la performance de mon site en fonction de mes objectifs, je compte utiliser les KPIS suivant :

- **Nombre d'inscriptions** : Le nombre total de nouveaux utilisateurs qui s'inscrivent sur la plateforme.
- **Taux d'activité des utilisateurs inscrits** : Mesure la fréquence à laquelle les utilisateurs inscrits interagissent avec le site (taux d'ouverture des mails, taux de clics mail, taux de désabonnement, commentaires, notes des parcours). 20%
- **Taux de participation** : Suivi du nombre de commentaires laissés sur les parcours, les notes attribuées par les utilisateurs et les interactions dans les articles.
- **Temps moyen passé sur le site** : Indicateur de la pertinence et de l'attractivité des contenus. Un temps plus élevé = un engagement fort. 1 à 2 minutes

Acquisition et rétention des utilisateur

- **Taux de rétention** : Pourcentage des utilisateurs revenant sur le site après leur première visite. Indique la fidélité des utilisateurs et la qualité du contenu. 10%
- **Taux de conversion des visiteurs en utilisateurs inscrits** : Proportion de visiteurs du site qui finissent par s'inscrire à la plateforme. Permet de mesurer l'efficacité des CTA (call to action) et de l'expérience utilisateur. 8%

Qualité des parcours proposés

- **Taux de satisfaction utilisateur** : Recueillir les avis et notes sur les parcours pour évaluer la qualité des itinéraires proposés. 4.5/5

Interactions et partage des utilisateurs

- **Nombre de parcours notés/commentés** : Indicateur direct du niveau d'engagement communautaire. Le nombre de notes et de commentaires peut refléter la confiance des utilisateurs envers le site. 5%

Performance du site

- **Temps de chargement des pages** : Un site rapide encourage les utilisateurs à rester et à interagir. Temps de chargement optimal en dessous de 2 secondes.

Croissance de la communauté sociale

- **Nombre de nouveaux abonnés sur les réseaux sociaux** : Indique la popularité du site au sein de la communauté de coureurs. 50 abonnés
- **Taux d'engagement** 5%

[7. Mise en place d'une veille stratégique](#)

Mise en place d'une veille grâce à une alerte sur les mots clés suivants : course à pied, site sur la course à pied avec Google Alert.

The image shows two screenshots side-by-side. The left screenshot is from Google Search Console, displaying a notification about indexing issues. The right screenshot is from Google Alerts, showing search results for 'Calcul d'itinéraires'.

Google Search Console

Nouveau motif empêchant l'indexation de vos pages

La Search Console a constaté que certaines pages de votre site n'étaient pas indexées au nouveau motif suivant :

Page avec redirection

S'il ne s'agit pas d'un choix de votre part, nous vous recommandons de corriger ce problème afin que les pages affectées puissent être indexées et apparaître sur Google.

[Ouvrir le rapport d'indexation](#)

Aperçu de l'alerte

Aucun résultat récent ne correspond à votre requête de recherche. Veuillez trouver ci-dessous les autres résultats qui correspondent à votre recherche.

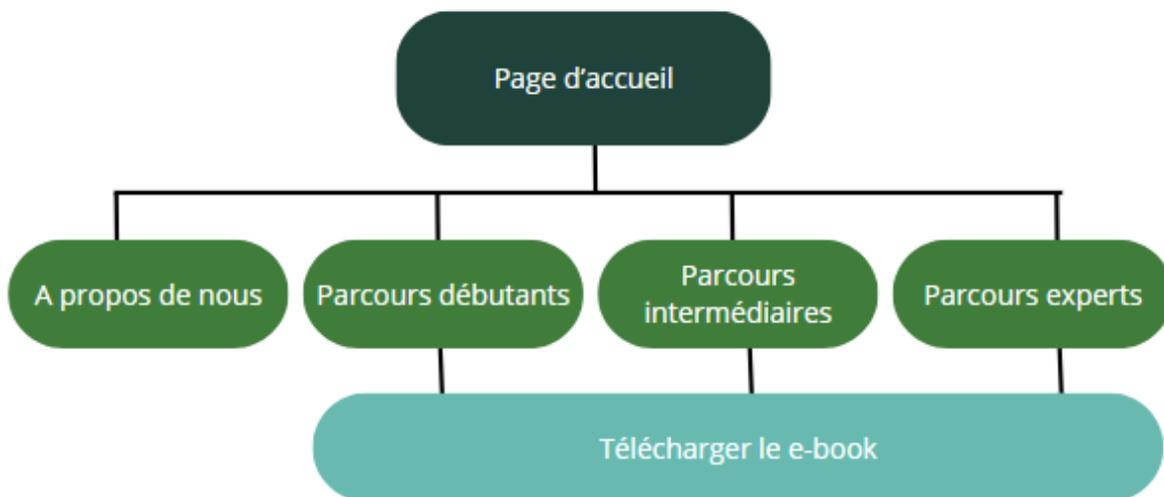
WEB

Calcul d'itinéraires
calculitineraires.fr
Le chargement de "Calcul d'itinéraires" peut prendre quelques secondes en fonction de votre connexion internet. Javascript doit être activé pour ...

RunnrZ
runnrz.app
Tu cherches des parcours running, marche ou vélo adaptés à ton niveau ou tes envies autour de toi ? Télécharge gratuitement l'application RunnrZ !

Conception du site internet

1. Arborescence et Structure



1er section : Page d'accueil

La page d'accueil est le point d'entrée sur mon site. Elle offre une vue d'ensemble des contenus disponibles et oriente les visiteurs vers les différentes sections principales. On y trouve :

- Un aperçu des parcours proposés, classés par niveaux (débutants, intermédiaires, experts).
- Un espace mettant en avant les valeurs et la mission du site (comme rendre la randonnée ou la course à pied accessible à tous).
- Des témoignages ou avis d'utilisateurs pour renforcer la confiance et l'engagement.
- Un call-to-action visible invitant les visiteurs à télécharger un e-book contenant des conseils pratiques et des informations complémentaires.

2ème section : Navigation principale et secondaire

Le menu principal est organisé pour répondre aux besoins des utilisateurs en fonction de leur niveau et de leur curiosité. Chaque section principale propose une navigation secondaire spécifique qui permet d'explorer plus en profondeur les contenus.

A. À propos de nous

Cette section présente le pourquoi du projet et son but.

- **Contenu principal** : Une page expliquant la mission et les objectifs du site, notamment la volonté de promouvoir la course à pied pour tous les publics.
- **Navigation secondaire** :
 - Une explication des valeurs clés, comme le respect de la nature et l'encouragement d'une communauté bienveillante.

B. Parcours débutants

Cette section est dédiée aux utilisateurs qui commencent leur aventure en course à pied.

- **Contenu principal** : Une liste de parcours spécialement adaptés aux débutants, avec des itinéraires simples et accessibles.
- **Navigation secondaire** :
 - Fiches détaillées pour chaque parcours :
 - Niveau de difficulté (débutant).
 - Distance et durée estimées.
 - Points d'intérêt spécifiques (paysages, lieux emblématiques).
 - Équipement conseillé pour débuter.

C. Parcours intermédiaires

Cette section s'adresse aux utilisateurs ayant déjà une certaine expérience et souhaitant relever des défis modérés.

- **Contenu principal** : Une sélection de parcours intermédiaires avec un peu plus de technicité ou de distance.
- **Navigation secondaire** :
 - Parcours classés par distance ou durée.
 - Informations sur le dénivelé et les terrains variés (forêts, collines, etc.).

D. Parcours experts

Cette section est conçue pour les randonneurs ou coureurs aguerris cherchant des défis exigeants.

- **Contenu principal** : Des parcours difficiles et techniques, offrant des expériences uniques et intenses.
- **Navigation secondaire** :
 - Parcours classés selon leur niveau de difficulté (longues distances, terrains techniques, dénivelés importants).
 - Suggestions de parcours emblématiques ou plus rares, mettant en avant des défis particuliers (ex. : circuits de montagne, itinéraires en haute altitude).

3ème section : Télécharger l'e-book

Ce bouton d'appel à l'action est accessible depuis toutes les pages principales et secondaires du site. Il renvoie vers une page dédiée où l'utilisateur peut télécharger un guide complet.

- **Contenu principal de l'e-book** :
 - Des conseils pratiques pour chaque niveau (débutant, intermédiaire, expert).
 - Une sélection des meilleurs parcours avec des détails exclusifs.
 - Des astuces pour progresser dans la durée et profiter pleinement de chaque sortie.

Sur chaque page, on trouve un moteur de recherche pour trouver rapidement un parcours spécifique selon des critères précis (localisation, durée, niveau). Cela permet d'enrichir l'expérience utilisateur

2. Zoning et Wireframes

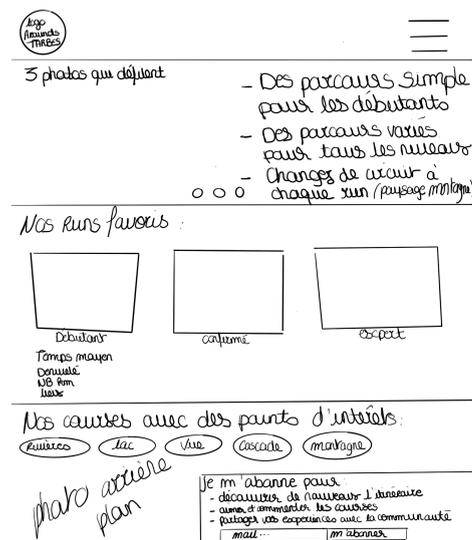
Landing page

Pour ma page principale, voici la décomposition des éléments clés de la page :

En-tête

- Logo : En haut à gauche, il y a mon logo "Arounds TARDES".
- Menu : En haut à droite, il y a trois lignes horizontales représentant le menu.

Ensuite, ma page se compose en 3 parties bien distinctes :



Partie 1

- Bandeau déroulant avec 3 idées principales sur des images de fonds :
 - "Des parcours simples pour les débutants"
 - "Des parcours variés pour tous les niveaux"
 - "Changes de circuit à chaque run"
- Indicateurs de défilement : Trois cercles en dessous de la liste qui représentent des indicateurs de défilement pour les photos.

Partie 2 : Nos Runs Favoris

- Trois cadres alignés horizontalement avec les titres en dessous :
 - "Débutant"
 - "Confirmé"
 - "Expert"

Partie 3 : Nos courses avec des points d'intérêts

- Points d'intérêts : Une série de mots entourés d'ovales :
 - "Rivières"
 - "Lac"
 - "Vue"
 - "Cascade"
 - "Montagne"
- Photo en arrière plan.

En dessous, on retrouve "Je m'abonne pour" avec les éléments suivants :

- Avantages de l'abonnement : Liste des avantages de l'abonnement :
 - "découvrir de nouveaux itinéraires"
 - "aimer et commenter les courses"
 - "partager vos expériences avec la communauté"

Avec un call to action :

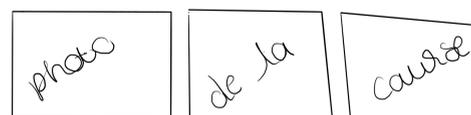
- Champ email : Champ pour entrer un email
- Bouton : Bouton "m'abonner"

Parcours de course à pied

En en-tête on retrouve

- Nom de la course : En haut, au milieu de la page, il y a un espace réservé pour le nom de la course.

(nom de la course)



Nom de l'endroit
* nb d'étapes - niveau - lieu

Dans la section principale

- 3 Photos : Un emplacement pour y glisser 3 photos de la course.
- Nom de l'endroit : Un champ pour entrer le nom de l'endroit de la course juste en dessous.
- Informations complémentaires :
 - Nombre d'étoiles : Une indication du niveau ou de l'évaluation de la course.
 - Niveau : Le niveau de difficulté.
 - Lieu : Le lieu de la course, départ + arrivée.

Détails supplémentaires

- Nombre de kilomètres : Un champ pour la distance du parcours.
- D+ : pour le dénivelé positif.
- Durée estimée : Un champ pour la durée estimée de la course.
- Description : Un espace pour une description détaillée de la course avec les éléments clés comme le type de chemin et les spécificités du parcours.

Avis et itinéraire

- Avis : Un champ pour les avis ou commentaires sur la course.
- Itinéraire : des détails sur le point de départ et d'arrivée, les spécificités comme : itinéraire aller-retour, boucle, d'un point A à un point B...

Formulaire d'inscription

- Titre : En haut, on y retrouve "Formulaire d'inscription"

Section principale

- Pourquoi m'inscrire : Sous le titre principal, il y a une section listant les raisons pour lesquelles s'inscrire :
 - "Avoir accès à tous les itinéraires de course à pied"
 - "Partager avec la communauté"
 - "Liker les parcours"
 - "Voir ma progression"

Formulaire d'inscription
page en arrière plan
(flow)

Pourquoi m'inscrire :	
- Avoir accès à tous les itinéraires de course à pied	
- Partager avec la communauté	
- Liker les parcours	
- voir ma progression	
email ...	M'inscrire

En suivant, on y retrouve un call to action

- Call to action : Il y a un champ pour entrer l'email.

- Bouton d'inscription : bouton pour s'inscrire avec une incitation à l'action.

Page principale en arrière-plan qui est floutée.

3. Design et Expérience Utilisateur (UX)

Le design de mon site est pensé pour offrir une expérience fluide, intuitive et immersive, tout en restant fidèle à l'univers de la randonnée et de la course en pleine nature. Chaque élément visuel a été conçu pour guider l'utilisateur, renforcer l'identité du site et créer une navigation agréable.

Le choix des couleurs repose sur 3 couleurs principales : noir, vert et blanc. Le vert rappelle la nature et l'aventure, le noir apporte du contraste et de la modernité, tandis que le blanc assure clarté et lisibilité.

Côté typographie, j'ai opté pour une police de type Montserrat pour les titres et les éléments importants, afin d'assurer une lecture dynamique et impactante. Pour les descriptions et les informations détaillées, la police Merriweather apporte une touche plus chaleureuse et confortable à la lecture.

Le logo, simple et reconnaissable, qui intègre un symbole naturel avec une vue sur une montagne ou encore un sentier permet d'évoquer immédiatement l'esprit du site. Il est pensé pour s'adapter facilement à différents supports, du site web aux réseaux sociaux.

Les éléments visuels jouent un rôle clé dans l'expérience utilisateur. Des formes naturelles et fluides, inspirées des courbes des sentiers, permettent d'animer la mise en page. Des illustrations de paysages, comme des montagnes ou des forêts, renforcent l'immersion. De plus, grâce aux images des coureurs, cela permet aux utilisateurs de s'identifier plus facilement. Pour faciliter la navigation, des icônes épurées en vert ou gris clair indiquent les fonctionnalités clés (notation des parcours, distance, altitude, avis, etc.).

4. Fonctionnalités et Technologies

Mon site offre une navigation intuitive et des fonctionnalités adaptées aux besoins des randonneurs et coureurs. L'objectif est de rendre l'expérience utilisateur fluide et engageante, tout en facilitant l'accès aux informations essentielles.

Fonctionnalités principales

- Formulaire de téléchargement : Un formulaire simple permet aux visiteurs d'obtenir un e-book en échange de leur adresse e-mail.

- Recherche avancée : Un lien cliquable permet de filtrer les parcours en fonction de critères comme la difficulté, la distance ou la localisation.
- Bouton de téléchargement : Un bouton clair et visible dirige les utilisateurs vers le lien de téléchargement du e-book.
- Lien vers Instagram : Un bouton dédié redirige vers la page Instagram du site pour favoriser l'engagement sur les réseaux sociaux.

Technologies utilisées

- CMS (WordPress) : Pour une gestion de contenu facile et évolutive.
- SEO optimisé : Mise en place d'une stratégie SEO avec des balises adaptées, du contenu optimisé et un bon maillage interne.
- Base de données utilisateurs : Pour gérer les inscriptions et le suivi des parcours.
- Intégration des réseaux sociaux : Connexion avec Instagram et autres plateformes pour partager du contenu et engager la communauté.

5. Contenus

Pour développer la visibilité et créer un espace d'échange avec ma communauté, j'ai décidé de lancer un compte Instagram dédié. L'objectif est de fidéliser mes abonnés, accroître ma visibilité et rassembler une communauté passionnée autour de la course à pied.

Pour y parvenir, il faut que je sois régulière. C'est pourquoi, j'ai mis en place un planning éditorial, qui va me permettre de proposer du contenu varié et engageant tout au long de la semaine. Voici ce que j'ai prévu :

Novembre

Semaine 1

- Post 1 : Annonce du lancement du site
Description du site, pourquoi il a été créé, et les principales fonctionnalités.
Call-to-action : "Découvrez des parcours adaptés près de chez vous sur [Nom du site] !"
- Post 2 : Pourquoi courir en pleine nature ?
Bienfaits de la course dans des environnements naturels (réduction du stress, découverte de paysages, etc.)
CTA : "Quels sont vos endroits préférés pour courir ?"

Semaine 2

- Post 1 : Top 3 des parcours autour de Tarbes
Mettez en avant trois itinéraires phares autour de Tarbes avec photos ou

illustrations.

CTA : "Lequel allez-vous tester ce week-end ?"

- Post 2 : Focus sur un point d'intérêt
Un parcours autour d'un lac, d'une rivière ou d'une vue panoramique spécifique.

CTA : "Ce lieu est parfait pour déconnecter après une longue journée."

Semaine 3

- Post 1 : Conseils pour les débutants en course à pied
Petits conseils pour ceux qui débutent (échauffements, durée des séances, etc.).

CTA : "Vous débutez ? Voici nos conseils pour commencer du bon pied."

- Post 2 : Témoignage d'un utilisateur
Partage d'un retour d'un utilisateur ou de quelqu'un qui a testé un parcours.

CTA : "Partagez votre expérience avec notre communauté !"

Semaine 4

- Post 1 : Course du mois : Parcours découverte
Présentez un parcours coup de cœur avec des images.
- Post 2 : Quiz interactif : Quel type de coureur êtes-vous ?
Posez des questions amusantes pour que les utilisateurs identifient leur style de course.

CTA : "Partagez votre résultat en commentaire !"

Décembre

Semaine 1

- Post 1 : Courir en hiver : Nos conseils pour rester motivé
Conseils pour rester actif malgré le froid (tenue, alimentation, sécurité).
- Post 2 : Célébrons les 50 premiers parcours ajoutés !
Faites un récap des progrès de la plateforme.

CTA : "Quel est votre parcours préféré ?"

Semaine 2

- Post 1 : Challenge de décembre : 50 km en 30 jours
Lancez un défi communautaire pour décembre avec un objectif de kilométrage.

CTA : "Relevez le défi ! Qui est partant ?"

- Post 2 : Les meilleures vues panoramiques à découvrir
Présentez des itinéraires avec des vues imprenables.
CTA : "Courir avec vue, c'est par ici !"

Semaine 3

- Post 1 : Zoom sur la communauté : Coureurs du mois
Mettez en avant des utilisateurs actifs qui partagent leur expérience sur le site.
CTA : "Vous aussi, laissez votre avis sur les parcours."
- Post 2 : Pourquoi choisir un parcours sécurisé ?
Discutez de l'importance de courir sur des itinéraires sécurisés.
CTA : "Découvrez nos parcours sécurisés dès aujourd'hui."

Semaine 4

- Post 1 : Focus sur un parcours près d'un point d'eau
Mettez en avant un parcours longeant une rivière ou un lac.
CTA : "Courez le long de l'eau et rechargez vos batteries."
- Post 2 : Retrospective 2023 : Vos parcours préférés
Demandez aux utilisateurs de partager leur meilleur souvenir de course cette année.
CTA : "Partagez votre moment préféré de course en 2023."

Janvier

Semaine 1

- Post 1 : Bonne année 2024 : Nouveaux objectifs, nouveaux parcours
Motivez votre communauté avec des objectifs pour la nouvelle année.
CTA : "Quels sont vos objectifs de course pour cette année ?"
- Post 2 : Nouveau mois, nouveau parcours coup de cœur
Présentez le premier coup de cœur de l'année.
CTA : "Testez ce parcours et partagez votre avis !"

Semaine 2

- Post 1 : Les bienfaits de la course à pied sur la santé mentale
Discutez des effets positifs de la course sur le bien-être mental.
CTA : "La course à pied, votre meilleure alliée contre le stress."
- Post 2 : Sondage interactif : Vos résolutions de course pour 2024
Sondage rapide sur les objectifs des coureurs pour l'année.
CTA : "Partagez vos résolutions et inspirez les autres !"

Semaine 3

- Post 1 : Conseils pour améliorer son endurance
Techniques pour progresser en course et améliorer son endurance.
CTA : "Quel est votre conseil pour améliorer vos performances ?"
- Post 2 : Équipement idéal pour courir en hiver
Conseils sur l'équipement adapté pour les courses hivernales.
CTA : "Partagez votre équipement préféré pour courir dans le froid."

Semaine 4

- Post 1 : Focus sur les parcours intermédiaires
Présentez des parcours adaptés pour les coureurs ayant un niveau intermédiaire.
CTA : "Essayez ces parcours et donnez-nous votre avis."
- Post 2 : Comment bien récupérer après une longue course ?
Conseils de récupération (étirements, hydratation, etc.).
CTA : "Quels sont vos rituels de récupération après une course ?"

6. Référencement naturel (SEO)

Les mots-clés que j'ai sélectionnés, comme course à pied Tarbes, parcours de course à pied Tarbes, ou encore où courir en pleine nature autour de Tarbes, ont une logique claire : je veux attirer les gens qui cherchent des infos précises pour courir dans cette région. Que ce soit pour des débutants qui découvrent la course ou des coureurs confirmés à la recherche de nouveaux défis, ces mots-clés parlent directement à leurs besoins.

Ils sont aussi là pour maximiser la visibilité de mon site dans les résultats de recherche. En ciblant des recherches locales et spécifiques, mon site peut se démarquer des autres, surtout dans une niche où il n'y a pas énormément de concurrence ciblée sur une ville comme Tarbes.

Ces mots-clés permettent à mon site de :

- Attirer un public local : Les gens de Tarbes ou des alentours vont trouver des parcours adaptés à leurs niveaux, qu'ils veuillent courir en pleine nature ou sur des sentiers faciles.
- Répondre à différents profils : Débutants, intermédiaires ou confirmés, chacun peut trouver des itinéraires qui correspondent à ses envies et à son niveau.
- Être bien positionné dans les résultats de recherche : Par exemple, si quelqu'un tape "où courir en pleine nature autour de Tarbes", je veux que mon

Grâce à ces mots-clés, mes pages sont bien optimisées. Les titres, descriptions, contenus, et même les noms des images utilisent ces expressions de façon naturelle. Résultat : le score SEO de mes pages est assez solide, entre 85 et 90 selon les pages.

- Sur la page d'accueil, je mets en avant les mots-clés principaux pour capter un maximum de visiteurs.
- Dans les pages des parcours, j'intègre les mots-clés plus spécifiques (comme "course à pied pour débutants autour de Tarbes" ou "parcours de running facile"). Cela aide à répondre précisément aux recherches des internautes.
- Même les images sont pensées pour le SEO, avec des descriptions claires comme "*sentiers de course à pied près de Tarbes*".

Titre	Auteur/auteurice	Date		Détails SEO
10 parcours de course à pied — Page d'accueil, Divi	arounds-tarbes	Publié 09/10/2024 à 19h51	●	87 / 100 Mot-clé: COURSE Schema: Article Liens: 4 1 0
A propos de nous — Divi	arounds-tarbes	Publié 10/12/2024 à 0h37	●	76 / 100 Mot-clé: A propos Schema: Article Liens: 1 1 0
Télécharger le e-book — Divi	arounds-tarbes	Publié 19/11/2024 à 12h17	●	75 / 100 Mot-clé: Télécharger Schema: Article Liens: 0 1 5

Tout ça me permet de rendre mon site visible, utile et vraiment adapté à ce que recherchent les coureurs dans la région de Tarbes. L'idée, c'est de leur simplifier la vie en leur proposant des informations précises, tout en boostant la visibilité du site sur les moteurs de recherche.

8. Planning

Pour mener à bien mon projet et assurer une progression efficace, j'ai mis en place un planning détaillé avec les différentes tâches à réaliser et leurs deadlines. Ce planning me permet de structurer chaque étape, de prioriser les actions essentielles et de garder une vision claire de l'avancement du projet.

L'objectif est de respecter les délais tout en garantissant un travail de qualité, que ce soit pour la conception du site, la création du contenu ou le développement de la communauté sur Instagram. Voici les différentes étapes clés et leurs échéances :

Éléments visuels principaux

1. Le coureur au centre
 - Une silhouette dynamique d'un coureur occupe le premier plan. Elle symbolise clairement la thématique principale : la course à pied.
 - Le coureur est représenté en mouvement, sur un sentier, afin de donner l'idée de parcours et d'activités en plein air.
2. Le cadre naturel
 - Montagnes : À l'arrière-plan, des montagnes illustrent les environs naturels de Tarbes et évoquent l'idée de pratiquer la course à pied dans un cadre en plein air, entouré de paysages époustouflants.
 - Forêt et arbres : Les arbres qui bordent le chemin rappellent l'importance des parcours en pleine nature, en dehors de la ville. Cela attire les amateurs de running à la recherche de calme et de verdure.
 - Lac : L'eau bleue est visible au fond, suggérant un cadre paisible et rafraîchissant, très apprécié des sportifs en quête d'air pur et de sérénité.
3. La ville en arrière-plan
 - On distingue une silhouette urbaine à l'horizon, avec des bâtiments modernes. Cela symbolise Tarbes et le lien entre la ville et les parcours naturels qui l'entourent.
 - L'idée est de montrer qu'on peut facilement s'échapper du cadre urbain pour se reconnecter à la nature.
4. Le sentier
 - Un chemin traverse la scène, partant du premier plan et s'éloignant vers les montagnes. Il guide le regard et incarne les parcours de course proposés sur ton site. La forme fluide du chemin donne une impression d'aventure et de découverte.

Couleurs et ambiance

- Vert : Dominant dans les arbres, les collines et la végétation, le vert symbolise la nature, la fraîcheur et l'énergie.
- Bleu : Utilisé pour l'eau et le ciel, il évoque la tranquillité et la sérénité.
- Blanc : Accentue les détails, ajoute de la clarté et renforce la lisibilité.
- Touches de noir et de gris : Utilisées pour les ombres et le contraste, elles apportent de la profondeur.

L'ensemble donne une sensation de vitalité, de bien-être, et d'évasion, tout en étant harmonieux et apaisant.

Texte et typographie

- "Around Tarbes" : Cette inscription est intégrée dans le bas du cercle, affirmant le lien local du logo.
 - La typographie est nette et lisible, ce qui traduit un sentiment de modernité et de fiabilité.
 - L'accent est mis sur "Tarbes", soulignant le caractère local et l'attachement à cette région.

Ce logo reflète l'esprit du projet :

- La mise en avant de la course à pied dans un cadre naturel.
- Une connexion entre la ville de Tarbes et les espaces verts alentours.
- Une invitation à l'aventure, à la découverte et au bien-être en plein air.

Pour garantir une bonne visibilité et une lecture optimale, voici les dimensions à respecter pour mon logo :

- Dimensions minimales :
 - Sur écran : 100 x 100 pixels (en dessous, les détails deviennent illisibles).
 - Pour impression : 3 cm de diamètre, avec une résolution de 300 DPI.
- Dimensions maximales :
 - Aucune limite spécifique, mais pour des affichages très grands (panneaux, kakémonos), il est essentiel d'utiliser une version vectorielle du logo (.SVG ou .AI).

Pour préserver l'intégrité visuelle de mon logo, il faut maintenir un espace vide tout autour. Ce "coussin" garantit que le logo ne sera pas encombré par d'autres éléments graphiques.

:

L'espace de protection doit correspondre à au moins la hauteur de la lettre "T" de "Tarbes" présente dans le logo. Cet espace doit être respecté sur tous les côtés du logo (haut, bas, gauche, droite).

Elle permet au logo de rester bien visible et distinct, même lorsqu'il est placé dans des mises en page complexes ou sur des arrière-plans variés.

Versions du logo

Pour s'adapter à différents supports et contextes, plusieurs déclinaisons du logo sont prévues :



a. Version principale

- Logo en couleurs :
Utilisé pour tous les supports numériques (site web, réseaux sociaux) et les impressions en couleur (brochures, affiches, etc.).

b. Version monochrome (noir et blanc)

- Logo en noir :
Idéal pour les impressions en une seule couleur, comme les tampons ou les gravures.
- Logo en blanc (inversé) :
Conçu pour des arrière-plans sombres, notamment sur des visuels numériques ou des textiles foncés.

2. Palette de couleurs

Couleurs principales

Bleu/Vert (#018c70)

- Ce mélange entre le bleu et le vert reflète la nature, la fraîcheur et le bien-être.
- Psychologiquement, il évoque un environnement sain et équilibré, parfait pour mettre en avant la course à pied en pleine nature et le sentiment de vitalité que procure l'effort physique dans un cadre naturel.
- Utilisation : Cette couleur est idéale pour les éléments centraux ou représentatifs du logo, comme le coureur ou le chemin, afin d'attirer l'attention tout en communiquant une impression de sérénité.

Vert foncé (rgba(0,43,0,0.98))

- Ce vert intense symbolise la croissance, la stabilité et la tranquillité.
- Il rappelle les forêts et les paysages naturels qui entourent Tarbes, renforçant l'idée d'une reconnexion avec la nature et d'une solidité rassurante pour les visiteurs du site.
- Utilisation : Employé pour les détails naturels (comme les arbres) et les éléments de fond, il donne une profondeur visuelle et un ancrage solide au design.

Beige (#fff6e4)

- Ce ton neutre et doux équilibre les autres couleurs plus vives et naturelles.

- Psychologiquement, il reflète la simplicité et l'accessibilité, créant une base accueillante pour les utilisateurs.
- Utilisation : Souvent utilisé comme couleur de fond ou pour des zones neutres, il aide à mettre en valeur les éléments plus colorés sans surcharger visuellement.

Couleurs secondaires

Vert clair (#90ad1d)

- Ce vert vif et lumineux symbolise l'énergie, la fraîcheur et l'espoir.
- Il évoque le renouveau et la vitalité, parfait pour des parcours accessibles et motivants, notamment pour les débutants.
- Utilisation : Utilisé pour des accents, des détails ou des éléments secondaires comme les feuilles ou les inscriptions, il apporte un dynamisme à l'ensemble du logo.

Blanc (#ffffff)

- Le blanc est une couleur universelle d'espace, de propreté et de lisibilité.
- Psychologiquement, il offre une sensation d'aération et de simplicité, en laissant respirer les autres éléments graphiques.
- Utilisation : Employé pour le texte ou des parties contrastantes, il assure une bonne lisibilité tout en maintenant une esthétique épurée.

Noir (#000000)

- Le noir est synonyme de contraste, de sérieux et de lisibilité.
- Utilisé avec parcimonie, il apporte un équilibre visuel et renforce la hiérarchie des éléments.
- Utilisation : Souvent pour des contours ou du texte, il garantit que les éléments importants restent visibles sur différents supports.

Bleu clair (#56cfe1)

- Ce bleu lumineux inspire confiance, calme et détente.
- Il évoque le ciel et l'eau présents dans le logo, apportant une sensation d'apaisement et de sérénité.
- Utilisation : Intégré dans les arrière-plans subtils ou pour ajouter une touche de légèreté, ce bleu contraste bien avec les verts tout en gardant une harmonie naturelle.

[3. Typographie](#)

Le site utilise une combinaison de polices modernes et élégantes pour créer une expérience visuelle agréable et accessible. La police principale sera une sans-serif et plus précisément la police Verdana. Cette typographie, claire et moderne, est idéale pour les titres, les catégories et les éléments importants, comme les boutons ou les sections principales. Elle donne un côté dynamique et contemporain au site. En complément, une police serif minimaliste, comme Merriweather, est utilisée pour les descriptions détaillées et les informations plus longues, par exemple sur les itinéraires. Cette typographie apporte une touche chaleureuse et conviviale, parfaite pour inciter les visiteurs à plonger dans les contenus.

Les icônes jouent un rôle essentiel dans la navigation et le design global. Elles sont simples, épurées, et déclinées en vert ou gris clair pour rester en harmonie avec le thème naturel. Par exemple, une icône en forme de cœur représente la notation des parcours, tandis que d'autres symboles indiquent des éléments comme la distance, l'altitude ou les commentaires. Ces petits détails visuels rendent l'interface intuitive tout en étant esthétiques.

Pour dynamiser l'apparence du site, des formes naturelles, comme des courbes qui rappellent les chemins ou les collines, structurent les différentes sections. Ces éléments graphiques légers renforcent le lien avec la nature tout en apportant de la fluidité au design. Enfin, des illustrations de paysages naturels, comme des montagnes, des forêts ou des rivières, sont intégrées en arrière-plan. Ces visuels immersifs invitent les visiteurs à s'évader et leur rappellent l'univers authentique et apaisant de la randonnée. Tout est pensé pour offrir un design qui respire l'air pur et l'aventure !

[Charte éditoriale](#)

[1. Ton et Style](#)

Je veux adopter un ton accessible, engageant et motivant. L'objectif est de parler aussi bien aux débutants qui cherchent des conseils qu'aux passionnés en quête de nouveaux itinéraires, tout en créant une atmosphère bienveillante et inspirante.

Le ton de communication sera à la fois décontracté et motivant, pour donner envie de bouger, d'explorer et de se dépasser, sans jamais être intimidant. Il sera aussi informatif et clair, afin de fournir des descriptions précises et utiles des parcours, sans termes techniques incompréhensibles. Enfin, je souhaite qu'il soit engageant et communautaire, pour encourager l'échange et l'interaction entre les utilisateurs, en créant une véritable dynamique autour du site.

Côté style rédactionnel, je privilégie une approche directe et fluide, avec des phrases courtes et dynamiques qui rendent la lecture agréable. Le ton sera aussi empathique et inclusif, en s'adressant aux lecteurs comme à des amis, en les encourageant et en prenant en compte leurs besoins et questionnements. Enfin, j'aimerais qu'il soit inspirant et positif, en donnant envie de partir à l'aventure grâce à des descriptions détaillées et des conseils pratiques qui rassurent et motivent.

2. Vocabulaire et Terminologie

Pour assurer une communication claire et cohérente sur mon site, j'ai défini les **mots-clés** qui reflètent l'identité que j'ai voulu donner et ceux qui sont spécifiques à la course à pied. À l'inverse, certains termes techniques ou jargons trop complexes sont à éviter afin de rendre le contenu accessible à tous.

Ces mots-clés reflètent l'esprit du site et sont utilisés régulièrement dans les contenus :

- **Course à pied, running, exploration, nature, aventure, plein air, sport, bien-être, communauté, passion, déconnexion, découverte, évasion, parcours, itinéraires, expérience, motivation, Tarbes.**

Certains termes liés au running sont intégrés pour apporter des informations précises :

- **Dénivelé, altitude, balisage, sentier technique, terrain mixte, kilométrage, temps de parcours, niveau de difficulté, point d'intérêt, matériel recommandé, ravitaillement, préparation physique, échauffement, récupération.**

Pour garantir une communication fluide et accessible à tous, certains termes trop techniques ou peu engageants ont été évités :

- **Jargon ultra-technique** : Termes comme "VO2 max", "fartlek", "pronation/supination" sans explication claire.
- **Termes trop inclusifs** : Les expressions comme "uniquement pour les experts" ou "réservé aux professionnels", afin que tout le monde se sente légitime pour essayer.
- **Mots négatifs ou décourageants** : Les formulations comme "épuisant", "trop difficile" ou "dangereux". Faire plutôt des tournures motivantes comme "challenge accessible" ou "progression assurée".

3. Structure et Format

La structure des contenus pour mon site repose sur des formats clairs et adaptés à chaque support afin de captiver l'attention de la communauté.

Plutôt que des articles sur mon site, je propose un e-book téléchargeable contenant des descriptifs détaillés des parcours. Chaque itinéraire y est présenté avec :

- Une brève introduction pour situer le parcours.
- Les informations clés : distance, niveau de difficulté, spécificités du terrain.
- Des conseils pratiques pour bien préparer sa sortie.

L'objectif est d'offrir un support complet et accessible aux coureurs qui souhaitent découvrir de nouveaux itinéraires en toute sécurité. Le format est concis mais informatif, avec un langage clair et motivant. L'e-book est mis en avant sur le site avec un appel à l'action engageant pour inciter au téléchargement.

Les publications sur Instagram sont pensées pour maximiser l'engagement et apporter une réelle valeur ajoutée aux coureurs. Elles sont détaillées et pédagogiques, tout en restant visuellement attractives.

On retrouve 2 sortes de posts :

Post principal : Explication et informations

- **Format** : 200 à 300 mots
- **Ton** : Engageant, accessible et motivant
- **Contenu** : Chaque post principal développe un sujet en profondeur : un itinéraire, une technique de course, un aspect de la préparation physique ou mentale. J'y intègre des recommandations précises, des exemples concrets et des conseils applicables immédiatement.
- **Visuels** : Images de parcours ou motivante en fond avec un conseil
- **Hashtags** : En moyenne 5, comme par exemple : #Running #CourseAPied #Entraînement #ConseilsRunning #CommunautéRunning #MotivationRun
- **Engagement** : J'encourage la discussion en posant une question ouverte en fin de post, comme « Quel est votre échauffement préféré avant une course ? »

Post complémentaire : Mise en pratique

- **Format** : 150 à 250 mots
- **Ton** : Pratique et motivant
- **Contenu** : Juste après un post explicatif, je publie un second post complémentaire, axé sur la mise en pratique. Il reprend les conseils donnés précédemment et propose des exercices, des routines ou des défis à tester pour appliquer concrètement ce qui a été appris.
- **Visuels** : Images de parcours ou motivante qui permettent de s'identifier
- **Hashtags** : #TrainingTips #RunningCommunity #SportSanté #PerformanceRunning

- **Engagement** : Invitation à tester les conseils donnés et à partager son ressenti en commentaires.

4. Optimisation SEO

Pour garantir une bonne visibilité de mon site sur les moteurs de recherche, il est indispensable d'intégrer les principes du référencement naturel (SEO) dans la rédaction des contenus. La première étape a été d'identifier des mots-clés pertinents qui répondent aux attentes des cibles principales, comme "itinéraires course à pied", "parcours running sécurisé", "meilleurs spots pour courir" ou encore "conseils entraînement running". Ces mots-clés sont intégrés naturellement dans les titres, sous-titres et corps des textes pour faciliter le positionnement sur des recherches spécifiques tout en évitant le contenu dupliqué, pénalisé par les moteurs de recherche. Un contenu de qualité, informatif, structuré en paragraphes courts et agrémenté de listes à puces, permet de capter l'attention des utilisateurs tout en respectant les critères SEO.

L'utilisation des balises HTML est également essentielle pour structurer le contenu de manière logique et optimiser le référencement. Les balises Hn (H1 pour les titres principaux, H2 et H3 pour les sous-titres) ont été utilisées pour hiérarchiser les informations, tandis que les balises ALT doivent être appliquées aux images pour les décrire avec précision en intégrant des mots-clés. Par ailleurs, chaque page possède un méta-titre de 50 à 60 caractères ainsi qu'une méta-description engageante d'environ 150 caractères. Ces éléments permettent non seulement d'améliorer mon classement dans les moteurs de recherche, mais aussi d'encourager les clics des utilisateurs. Par exemple, voici un de mes méta-titres : "Découvrez les meilleurs itinéraires running autour de Tarbes", accompagné d'une méta-description comme : "Téléchargez gratuitement des parcours de course à pied sécurisés et adaptés à tous les niveaux."

La structuration des contenus est également très importante pour le SEO. C'est pourquoi, j'ai essayé de créer une arborescence claire avec des sections logiques telles que "Accueil", "Parcours", "Conseils Running" et "Téléchargement de l'e-book". Le maillage interne, qui consiste à insérer des liens vers d'autres pages du site, permet de fluidifier la navigation et d'améliorer l'indexation par les moteurs de recherche. La publication régulière de posts Instagram détaillés sur les parcours, les techniques d'entraînement et les conseils pratiques permet de rendre le site plus dynamique, un critère que les moteurs de recherche valorise en général.

Enfin, pour compléter l'optimisation SEO, j'ai fait en sorte que mon site soit responsive, c'est-à-dire qu'il s'adapte parfaitement aux écrans mobiles et tablettes pour offrir une expérience utilisateur optimale. De plus, le temps de chargement des pages a été amélioré en compressant les images et en limitant les éléments lourds. L'intégration de boutons d'appel à l'action (CTA), comme "Téléchargez votre

parcours running !" ou "Découvrez tout nos parcours", incite les visiteurs à s'engager et à passer à l'action.

5. Ligne Éditoriale

Ma stratégie éditoriale pour le site et les réseaux sociaux repose sur des thématiques clés qui visent à rendre la course à pied plus accessible, à engager la communauté et à encourager le partage d'expériences. Je souhaite proposer des contenus variés allant de la présentation d'itinéraires à des conseils pratiques, en passant par des actualités sur les événements et des portraits inspirants de coureurs. Mon objectif est de créer un espace où chacun peut trouver des informations utiles et s'impliquer dans une communauté bienveillante et passionnée.

Instagram est la plateforme principale pour engager la communauté et partager des contenus dynamiques autour de la course à pied. Minimum trois publications par semaine seront postées (lundi, mercredi et dimanche) avec des photos inspirantes, des vidéos de parcours et des portraits de coureurs. Chaque post sera conçu pour encourager l'interaction, avec des questions ouvertes, des appels à partager des expériences et des conseils pratiques.

Les stories Instagram seront mises à jour régulièrement pour proposer des contenus plus spontanés et interactifs. On y retrouvera les coulisses des sorties running, des sondages, des questions-réponses sur l'entraînement et le matériel, ainsi que des réactions en direct aux événements de la communauté. Les stories à la une permettent d'organiser le contenu en plusieurs catégories clés comme "Parcours", "Conseils", "Communauté" et "Événements".

Le compte Instagram adoptera une identité visuelle harmonisée, avec une palette de couleurs noir, vert et blanc ainsi que des polices cohérentes pour renforcer la reconnaissance du projet. La bio est claire et engageante avec un lien vers le site internet. Chaque publication sera accompagnée de hashtags optimisés comme #Courseapied #ParcoursRunning afin d'améliorer la portée et toucher un public plus large. Une interaction active est mise en répondant aux commentaires et messages privés pour renforcer l'engagement des abonnés et favoriser le dialogue.

Stratégie réseaux sociaux

1. Pourquoi Instagram ?

J'ai choisi Instagram parce que c'est la plateforme idéale pour partager l'énergie et la passion de la course à pied. C'est un réseau visuel et interactif, parfait pour donner envie de découvrir de nouveaux parcours, s'inspirer et progresser. Avec des photos, des vidéos et des réels dynamiques, je peux vraiment capturer l'ambiance des runs, les paysages traversés et les petits moments qui rendent chaque sortie unique. En plus, Instagram facilite l'échange : on peut commenter, liker, réagir aux stories et même participer à des sondages pour choisir le prochain parcours à tester. C'est aussi un super moyen de créer une vraie communauté autour du projet. Grâce aux hashtags comme #CourseAPiedTarbes ou #ParcoursRunning, je peux toucher des coureurs qui partagent les mêmes envies et faire connaître le site à plus de monde. Et puis, avec un lien direct vers le site dans la bio et des posts qui mettent en avant les avantages de l'inscription, c'est un bon moyen d'inciter les gens à rejoindre l'aventure et à s'impliquer activement.

Actuellement, le compte Instagram compte **21 abonnés**. Cependant, malgré une publication régulière de posts et de stories, **l'engagement reste très faible** (peu de likes, de commentaires et d'interactions globales). Cette situation peut s'expliquer par plusieurs facteurs :

- **Manque de visibilité** : L'algorithme d'Instagram favorise les comptes qui génèrent des interactions (likes, partages, commentaires). Or, avec peu d'engagement, les publications sont moins mises en avant dans les fils d'actualité et les suggestions.
- **Programmation des posts** : Si le compte publie uniquement à des moments où l'audience cible est peu active, les publications risquent de ne pas atteindre leur potentiel maximal de visibilité et d'engagement.
- **Absence d'interactions hors publications** : L'activité du compte semble se limiter aux posts et stories, sans réelle interaction avec d'autres comptes (commentaires sur des publications similaires, participation à des discussions, engagement avec d'autres contenus). Cela réduit la portée et la découverte du compte par de nouveaux utilisateurs.
- **Manque de diversité des contenus** : L'algorithme Instagram valorise les formats interactifs comme les réels et les stories engageantes (sondages, questions, quizz, lives, etc.). Une surreprésentation des publications classiques pourrait limiter la croissance du compte.

2. Analyse du compte depuis 3 mois

Sur une période de trois mois, **l'évolution du compte reste quasi stable**, avec peu de progression en termes de nouveaux abonnés et d'engagement. Les statistiques montrent :

- **Peu de croissance en abonnés** : Le compte n'a pas connu d'augmentation significative de followers.
- **Faible taux d'interaction** : Malgré des efforts de publication, les contenus ne génèrent pas suffisamment d'engagement pour être mis en avant.
- **Portée limitée des publications** : Sans interactions, les posts restent confinés à un cercle restreint d'abonnés, réduisant la possibilité d'attirer une audience plus large.

3. Axes d'amélioration

Pour remédier à cette stagnation et favoriser la croissance du compte, plusieurs stratégies peuvent être mises en place :

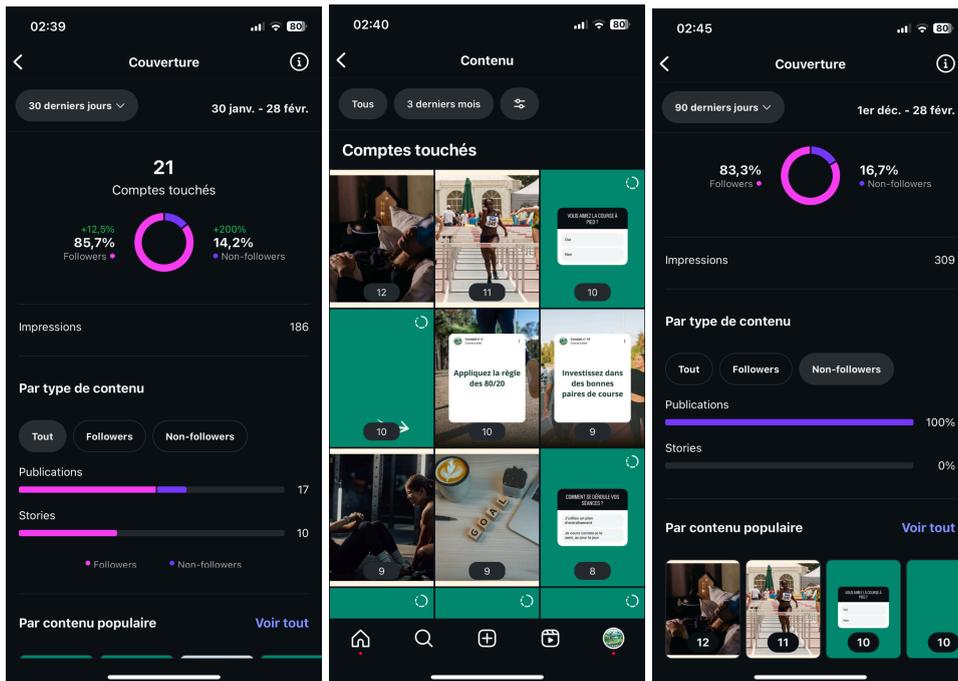
Optimisation des horaires de publication : Publier aux heures où l'audience est la plus active (tôt le matin, en fin d'après-midi ou en soirée, notamment en semaine et le dimanche).

Diversification des formats : Intégrer davantage de réels et d'interactions dans les stories pour capter l'attention.

Stratégie d'engagement : Commenter et interagir avec d'autres comptes de la niche (running, randonnée) pour améliorer la visibilité.

Utilisation optimisée des hashtags : Employer des hashtags populaires et spécifiques (#CourseAPied, #RandonnéeNature, #TrailRunning, etc.).

Collaboration et partenariats : S'associer avec d'autres comptes pour augmenter la portée du contenu.



II - Nombre d'abonnés avant/après Instagram :

	Avant	Après	Analyse
Instagram	0	21	+ 21

Évaluation et Recommandations

Ces trois derniers mois ont été une première étape riche en apprentissages pour le développement de mon site dédié à la randonnée et à la course à pied. L'objectif initial était de créer une plateforme accessible et engageante, permettant aux passionnés et aux curieux de découvrir des parcours adaptés à leurs envies et à leur niveau. Grâce aux premiers retours et à l'analyse des performances, j'ai pu identifier des axes d'amélioration et des opportunités pour renforcer l'impact du site et de sa présence sur les réseaux sociaux.

Bien que la croissance des abonnés et l'engagement sur Instagram soient encore faibles, ces résultats montrent l'importance de créer une stratégie de contenu plus interactive et d'effectuer un réel travail sur la visibilité des publications. L'optimisation des formulaires et du parcours utilisateur représente également un élément clé pour améliorer l'expérience et favoriser les interactions.