

Créer son site internet avec WordPress



Sommaire

I. CREATION DE SITE AVEC WORDPRESS	4
1. PLAN DE LA FORMATION	4
2. LES OBJECTIFS PAR JOURNEE DE FORMATION	5
3. LE CMS WORDPRESS.....	6
4. FONCTIONNEMENT DES CMS.....	6
II. QUELQUES ELEMENTS MARKETING	8
1. PRESENTEZ-VOUS	8
2. OBJECTIFS COMMERCIAUX ET FONCTIONNALITES DE DIVI	9
III. CHOISIR SON NOM DE DOMAINE ET SON HEBERGEMENT	10
1. NOM DE DOMAINE	10
2. L'HEBERGEMENT	11
IV. INSTALLATION DE WORDPRESS.....	18
1. TELECHARGEMENT DE LA SAUVEGARDE UPDRAFTPLUS	18
2. INSTALLATION SUR O2SWITCH.....	18
3. INSTALLATION SUR OVH.....	23
4. RESTAURATION DE LA SAUVEGARDE UPDRAFTPLUS.....	24
V. INTERFACE D'ADMINISTRATION DE WORDPRESS	29
1. CONNEXION / DECONNEXION	29
2. ADMINISTRATION DE WORDPRESS	29
VI. PARAMETRAGE DU SITE WORDPRESS	30
1. APERÇU DU SITE	30
2. CONFIGURATION	31
VII. LES RESSOURCES VISUELLES WORDPRESS.....	34
1. GESTION DE LA BIBLIOTHEQUE DE MEDIAS	34
2. LA PALETTE DE COULEURS.....	36
VIII. CREER DES PAGES AVEC DIVI.....	38
1. CREER DES PAGES.....	38
2. CREER UN MODELE DANS LA BIBLIOTHEQUE.....	54
3. ORGANISER UN MENU	57
4. FAIRE UN SITE RESPONSIVE DESIGN.....	61
5. PENSER ACCESSIBILITE.....	70
IX. PERSONNALISER LE THEME DIVI.....	72
1. OPTIONS DU THEME.....	72

2.	PERSONNALISEUR DE THEME	73
X.	LES EXTENSIONS DANS WORDPRESS	79
1.	RECHERCHER UNE EXTENSION SUR LE REPERTOIRE OFFICIEL	79
2.	RECHERCHER UNE EXTENSION DEPUIS L'ADMINISTRATION DU SITE	80
3.	LES EXTENSIONS DEJA PRESENTES SUR VOTRE SITE	81
XI.	LES WIDGETS DANS WORDPRESS	83
1.	GERER LES ZONES DE WIDGETS.....	83
2.	CREER UNE ZONE DE WIDGETS	86
XII.	REFERENCEMENT ET CONFIGURATION	87
1.	OPTIMISATION INTERNE DU SITE	87
2.	OPTIMISATION DES URLS	94
3.	CONFIGURER GOOGLE ANALYTICS	97
4.	CONFIGURER SON ADRESSE MAIL PROFESSIONNELLE.....	102
XIII.	INTEGRER LES ELEMENTS REGLEMENTAIRES.....	109
XIV.	SAUVEGARDER SON SITE INTERNET	111
1.	SAUVEGARDER LE SITE ET LA BASE DE DONNEES VIA L'INTERFACE WORDPRESS	111
2.	SAUVEGARDER LE SITE ET LA BASE DE DONNEES VIA L'HEBERGEUR	113
3.	RESTAURER SON SITE	116

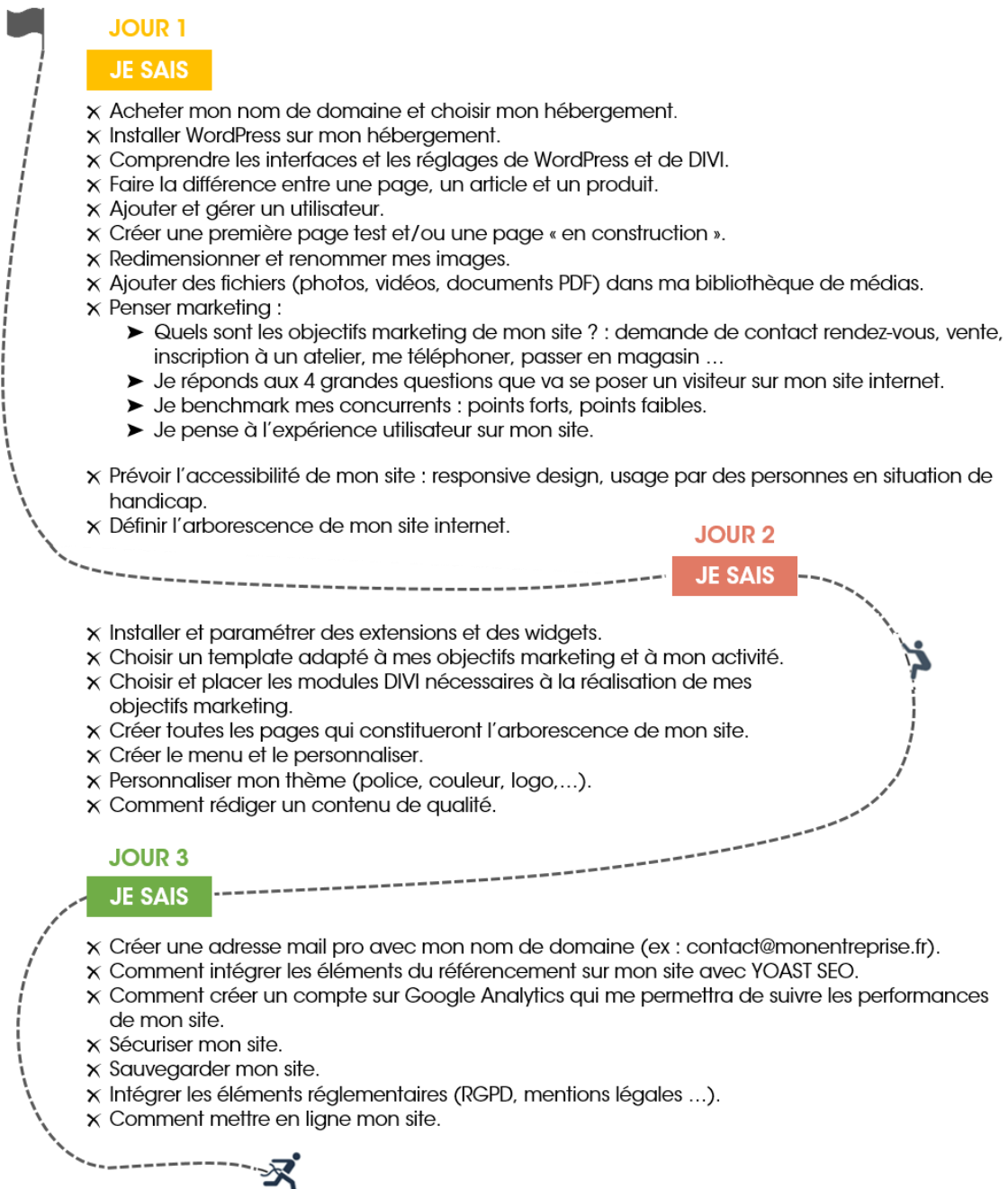
I. CREATION DE SITE AVEC WORDPRESS

1. PLAN DE LA FORMATION



2. LES OBJECTIFS PAR JOURNEE DE FORMATION

Voici la liste des éléments abordés durant votre formation « Créer son site avec WordPress ». L'objectif n'est pas de valider l'ensemble des capacités mais de faire le point sur le niveau d'avancement.



Pour créer votre site internet, vous avez également accès à la plateforme de ressources numériques de BGE : <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/>

Vous y avez accès lorsque vous êtes connecté au réseau wifi de BGE. La plateforme vous propose des tutos pour booster votre présence sur internet.



3. LE CMS WORDPRESS

43% des sites sont créés avec des logiciels en ligne appelés CMS (logiciel de gestion de contenu). Ces logiciels sont libres de droits et gratuits. Seuls un identifiant, un mot de passe et une connexion à internet vous suffisent pour y accéder en tant qu'administrateur.

Ce type de solution permet à toute personne (agence, free-lance ou vous-même) de réaliser un site professionnel. Il vous permet d'ajouter en toute autonomie du contenu (pages, images, etc.) et des fonctionnalités (diaporama, formulaire, etc.).

65% des sites internet créés avec des CMS (hors e-commerce) dans le monde sont réalisés avec WordPress. Ce chiffre confirme la suprématie de WordPress sur les autres solutions que sont notamment Joomla et Drupal.

WordPress, c'est donc le CMS le plus populaire, bénéficiant d'une interface de gestion simple, conviviale et accessible par tous y compris les débutants. C'est surtout un logiciel fiable, stable et évolutif dans le temps grâce à une importante communauté de développeurs.

Quelle est la différence entre WordPress.com et WordPress.org ?

Si vous avez voulu tester de votre côté la création de site internet avec WordPress, vous êtes sûrement tombé sur le site wordpress.com. Ce site vous permet de commencer la création de votre site internet en ligne, sans prendre un hébergement.

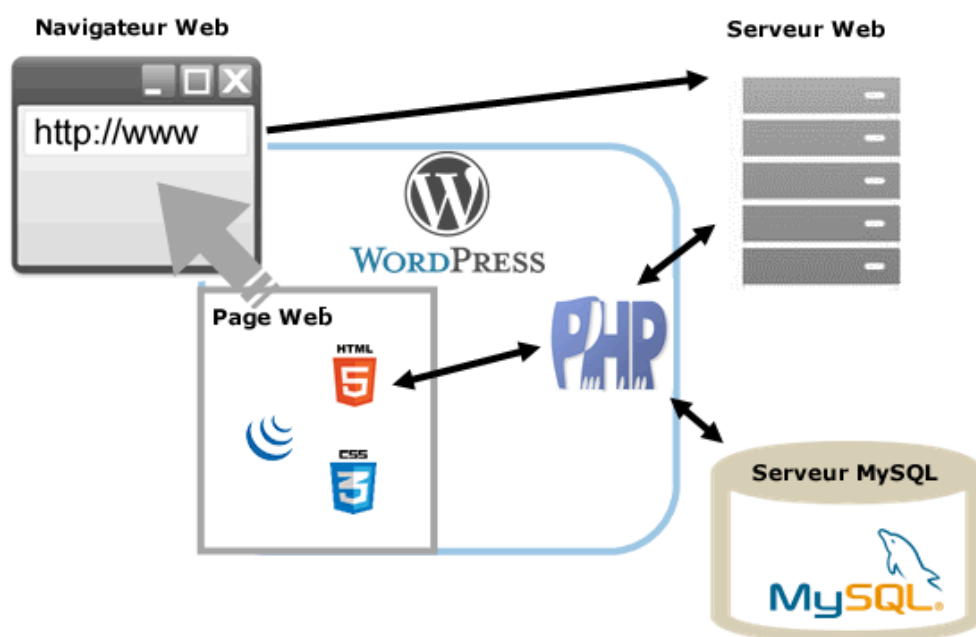
WordPress.com peut donc paraître plus simple d'utilisation et plus rapide à mettre en place. Toutefois, si vous passez par l'offre en ligne de WordPress, vous serez limité en termes d'autonomie et de personnalisation du site. Vous serez même restreint en termes de possession puisque sans l'offre pro, il ne vous sera pas possible de réaliser une sauvegarde de votre site internet pour le transférer sur un hébergeur indépendant. Vous utilisez une solution hébergée avec un abonnement à payer tous les mois, une autonomie limitée et un site qui ne vous appartient pas.

Avec wordpress.org vous téléchargez le logiciel WordPress et devez vous chargez vous-même de la prise d'hébergement et de l'installation de la solution. Un peu plus long et complexe mais en échange vous aurez la pleine possession de votre site internet et une totale autonomie. C'est la raison pour laquelle nous passons par cette solution.

4. FONCTIONNEMENT DES CMS

WordPress a besoin d'un navigateur web (Chrome, Firefox, etc.) et de 3 serveurs pour afficher une page web :

- Serveur web : héberger le site web
- Serveur de base de données (MySQL) : stocker des informations
- Serveur d'application (PHP) : afficher les pages web



Le serveur web va réceptionner la demande de la page web de l'internaute. Ensuite, le serveur web demande au serveur PHP d'interroger la base de données MySQL pour qu'il affiche le contenu de la page. Puis, le serveur PHP va générer la page web en tenant compte du code HTML (fond – texte, etc.) et CSS (mises en forme – polices, couleurs).

II. QUELQUES ELEMENTS MARKETING

1. PRESENTEZ-VOUS

Sur votre site internet, le client ne peut pas sentir, toucher ou essayer un produit. Vous n'êtes pas à ses côtés pour reformuler ou représenter les prestations que vous proposez.

L'internaute va devoir se faire une idée par rapport à ce qu'il voit sur son écran d'ordinateur, sur sa tablette ou son smartphone.

Comme la vitrine d'une boutique, **votre page d'accueil doit faire en sorte de retenir l'attention** du visiteur, de **lui donner envie de rester** et d'en savoir plus sur vous. Vous n'avez que quelques secondes avant qu'il ne reparte d'un simple clic vers son moteur de recherche préféré.

Pour cela, vous devez répondre aux 4 questions qu'il se pose en arrivant sur votre site :

- **Comment pouvez-vous aider l'internaute ?** Quels sont vos produits/services ? Il s'agit d'une présentation synthétique de ce que vous proposez comme cela peut être le cas quand vous présentez à une rencontre de chefs d'entreprise.

Cela peut prendre la forme d'icônes avec un peu de texte, un petit tableau... De la page d'accueil, renvoyez le visiteur vers la ou les pages reprenant de façon détaillée vos produits/services.

- **Qui êtes-vous ?** Le visiteur doit tout de suite savoir sur quel site il se trouve. Il s'agit de votre nom et de votre activité décrite en quelques mots.

Ex : séjours linguistiques en Grande-Bretagne pour enfants et adolescents.

- **Pourquoi faire appel à vous ?** Il s'agit de votre argumentaire commercial qui doit apparaître clairement. Tout comme les précédentes questions, ce n'est pas à l'internaute de deviner quels sont les bénéfices qu'il tirerait en faisant appel à vous.

Vos arguments peuvent-être présentés sous la forme d'une liste d'avantages, d'un tableau ou d'icônes.

- **Comment vous contacter ?** Elle peut être formulée sous la forme d'une autre question : que fait-on maintenant ?

Elle va être présente sur votre page d'accueil sous la forme de boutons d'appel à l'action (call to action) en lien avec ce que vous attendez du visiteur : prendre rendez-vous, acheter, vous appeler, faire une demande de devis...

2. OBJECTIFS COMMERCIAUX ET FONCTIONNALITES DE DIVI

Faire un site internet c'est bien, mais il faut le faire pour la bonne raison. Quel est votre objectif ?

Il existe plusieurs objectifs commerciaux :

- attirer les visiteurs sur le site,
- transformer des visiteurs en prospects,
- convertir les prospects en clients,
- fidéliser les clients.

Les fonctionnalités sur DIVI sont nombreuses. Il ne faut pas toutes les utiliser : plus vous en mettez, plus vous risquez de ralentir le chargement de vos pages.

De plus, cela peut perturber l'expérience de l'utilisateur : trop de choses à visualiser, où cliquer ...

Les fonctionnalités vont varier en fonction de l'objectif commercial que vous allez vous fixer.

Voici une liste non-exhaustive des fonctionnalités à mettre en place selon les objectifs.



Attirer les visiteurs sur le site

- ▶▶ Blog
- ▶▶ Texte répondant à des questions que se posent les gens
- ▶▶ Images
- ▶▶ Vidéos



Transformer des visiteurs en prospects

- ▶▶ Formulaire de contact
- ▶▶ Inscription à une newsletter
- ▶▶ Maps
- ▶▶ Avis / témoignages
- ▶▶ Éléments de réassurance



Convertir les prospects en clients

- ▶▶ Fiche produit
- ▶▶ Prise de rendez-vous
- ▶▶ Téléphone
- ▶▶ Inscription à un atelier



Fidéliser les clients

- ▶▶ Liens vers les réseaux sociaux
- ▶▶ Newsletter

III. CHOISIR SON NOM DE DOMAINE ET SON HEBERGEMENT

1. NOM DE DOMAINE

Le nom de domaine est le lien web pour accéder à votre site www.monsite.fr Il peut soit reprendre le nom de votre entreprise, ou décrire avec deux mots clés maximum votre secteur d'activité et/ou positionnement.

Exemples : www.archiduchesse.com / www.saveur-biere.com/fr/

Vérifiez si le nom n'est pas déposé en tant que nom de marque auprès de l'INPI et qu'il est disponible auprès d'un hébergeur : OVH, Gandi, etc. :

- Nom de marque : www.icimarques.fr
- OVH : <https://www.ovh.com/fr/>

Sur la page d'accueil de OVH, entrez votre nom de domaine principal **1** pour vérifier sa disponibilité

Commandez votre nom de domaine

www.

1

jerechercheunomdedomaine.fr ✔ disponible 6,99€ 5,49 € HT/an

Vous pouvez acheter d'autres extensions (.com, .be ...) en cochant dans la liste déroulante **2**

Complétez avec d'autres extensions ou les promotions du moment

	Domaines	Statut		Prix (HT/an)
<input type="checkbox"/>	jerechercheunomdedomaine.ovh	✔ disponible		1,99 €
<input type="checkbox"/>	jerechercheunomdedomaine.com	✔ disponible	2	9,99€ 7,99 €
<input type="checkbox"/>	jerechercheunomdedomaine.paris	✔ disponible		29,99 €
<input type="checkbox"/>	jerechercheunomdedomaine.bzh	✔ disponible		36,99 €
<input type="checkbox"/>	jerechercheunomdedomaine.be	✔ disponible		5,99 €

Les principaux critères de qualité d'un nom de domaine sont :

- L'extension (.fr, .com) selon la zone géographique ciblée.
- Le nombre de mots : 3 mots maximum dont un mot clé de l'activité ou de la ville. Par exemple, www.menuiserie-dupont.fr
- L'intégration ou pas d'un tiret « - » : 1 à 2 tirets maximum entre les mots

2. L'HEBERGEMENT

a. le serveur BGE

Dans le cadre de cette formation, si vous n'êtes pas sûr de votre nom de domaine, BGE vous propose un hébergement temporaire sur un serveur mutualisé. Il s'agit d'un outil de formation, qui vous est proposé pour une durée limitée : **il sera supprimé au bout de 6 semaines à l'issue de la formation. Veillez à bien sauvegarder avant ce délai vos éventuels travaux.**

b. hébergement MUTUALISE

L'hébergement mutualisé contrairement à l'hébergement dédié, c'est quand plusieurs sites sont hébergés sur un même serveur. En ayant plusieurs sites sur un seul gros serveur, les entreprises d'hébergement peuvent alors vous offrir ces services à prix très abordables. C'est de loin l'option la plus utilisée par les utilisateurs de WordPress et la plus économique.

Les avantages :

- Les frais de maintenance du serveur sont partagés par des milliers de sites. Donc, les frais d'hébergement coûtent entre 3 et 10 euros par mois.
- Les interfaces sont faciles à utiliser, comme des panneaux de contrôle, pour accéder à l'ensemble de leurs services.
- La plupart des sociétés emploient des professionnels compétents. Cela vous permet de vous concentrer paisiblement sur votre business au lieu de vous faire du souci pour la maintenance de l'hébergement.

Les inconvénients :

- Le temps de chargement des pages web est un peu plus long avec les serveurs mutualisés.
- Il se peut que votre serveur soit plus lent certains jours.

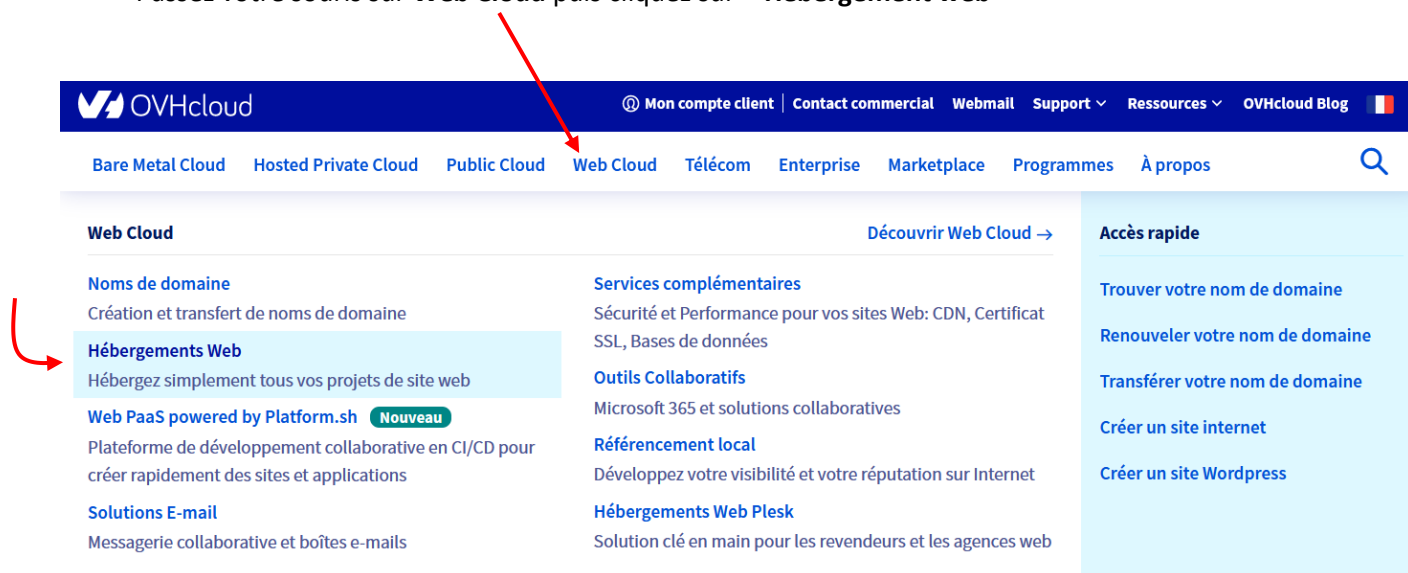
c. Vérifier la fiabilité d'un hébergeur

Vous devez vous assurer que l'hébergeur que vous allez choisir est fiable : disponibilité, sécurité des données, et qualité des services. Selon le site [jurojin](http://jurojin.com), [o2switch](http://o2switch.com) fait partie des hébergeurs les plus fiables en matière d'interruption des services.

Hébergement chez OVH

Dans cet exemple, nous avons choisi l'hébergeur OVH : www.ovh.com. OVH est l'un des leaders européens en matière d'hébergement web.

Passez votre souris sur **Web Cloud** puis cliquez sur « Hébergement web »



The screenshot shows the OVHcloud website interface. The top navigation bar includes links for 'Mon compte client', 'Contact commercial', 'Webmail', 'Support', 'Ressources', and 'OVHcloud Blog'. Below this, a secondary navigation bar lists services: 'Bare Metal Cloud', 'Hosted Private Cloud', 'Public Cloud', 'Web Cloud', 'Télécom', 'Enterprise', 'Marketplace', 'Programmes', and 'À propos'. The 'Web Cloud' dropdown menu is open, showing categories like 'Noms de domaine', 'Hébergements Web' (highlighted with a red arrow), 'Web PaaS powered by Platform.sh', and 'Solutions E-mail'. A 'Découvrir Web Cloud' link is also visible.

Vous arrivez sur la page de l'hébergement web : <https://www.ovhcloud.com/fr/web-hosting/>



The screenshot displays four hosting plans under a 'WINTER SALE' banner. Each plan includes a 'Commander' button and a 'Découvrir le produit' link.

Plan	Prix HT/mois	Prix TTC/mois	Caractéristiques
HÉBERGEMENT PERSO	2,99 €	3,59 €	1 nom de domaine offert*, 100 Go d'espace disque, 10 adresses e-mail, CMS en 1-clic
HÉBERGEMENT PRO	5,99 €	7,19 €	1 nom de domaine offert*, 250 Go d'espace disque, 100 adresses e-mail, CMS en 1-clic
HÉBERGEMENT PERFORMANCE	5 €	5,99 €	1 vCore, 2 Go RAM, Ressources garanties, 1 nom de domaine offert*, CDN, SSL, Serveur SQL Privé
HÉBERGEMENT CLOUD WEB	9,99 €	11,99 €	1 vCore 2,4 GHz, 2 Go RAM, Ressources isolées, 1 nom de domaine offert*, PHP / Node.js / Python / Ruby




En bas de cette page, vous pouvez consulter le détail des caractéristiques techniques de chaque offre.

Cliquez sur « commander » de l'offre **Perso** ou **Pro** (selon vos besoins).

Cliquez sur le module WordPress. Il sera installé automatiquement sur votre site.

Choisir un module de gestion de contenu préinstallé

Découvrez nos modules, disponibles avec votre Hébergement Web, pour créer votre site web sans aucune compétence technique requise.

 <p>Sans module pré-installé</p> <p>Configurez uniquement votre environnement web</p> <p>0,00 €</p>	 <p>WordPress</p> <p>Un CMS facile à utiliser pour lancer votre blog ou site Web</p> <p>Inclus</p>	 <p>PrestaShop</p> <p>PrestaShop est une solution parfaite pour créer votre boutique en ligne</p> <p>Inclus</p>
---	---	---

Shared Content Delivery Network (CDN)

Optimisez le trafic de votre site web avec l'option CDN, pour une expérience utilisateur optimale

Ne sélectionnez rien au niveau des CDN

<p>CDN Basic</p> <p>En un clic, bénéficiez d'un CDN puissant pour développer votre activité facilement.</p> <p>1,99 € /mois soit 23,88 €/an</p>	<p>CDN Security</p> <p>(CDN Basic inclus) Sécurisez vos sites web, avec une configuration par défaut personnalisable.</p> <p>4,99 € /mois soit 59,88 €/an</p>	<p>CDN Advanced</p> <p>(CDN Basic et CDN Security inclus) Optimisez votre configuration CDN selon vos besoins et gardez une expérience utilisateur personnalisée.</p> <p>9,99 € /mois soit 119,88 €/an</p>
---	---	--

Laissez l'option « **SSL Let's Encrypt** » pour sécuriser votre site web. OVH a développé depuis 2017 un partenariat avec Let's Encrypt pour vous proposer un certificat SSL gratuit. Ce certificat vous permet de crypter les données saisies par les internautes sur votre site. Ce certificat est « obligatoire » pour les sites e-commerce. Les moteurs de recherche (Google) sont très attentifs à ce certificat puisque cela augmente la sécurisation de votre site.

Sécurisez votre site web avec nos certificats SSL

Les certificats SSL sécurisent les données échangées entre le serveur de votre site et le navigateur utilisé par vos visiteurs (informations de connexion, transactions bancaires, etc.).

<p>SSL Let's Encrypt</p> <p>Parfait pour votre site personnel ou professionnel.</p> <p>Il inclut la certification du nom de domaine : il active le protocole HTTPS et fait apparaître le cadenas vert dans les navigateurs.</p> <p>Inclus</p>	<p>Sectigo DV SSL</p> <p>Parfait pour votre site web d'entreprise</p> <p>Il inclut la certification du nom de domaine, c'est-à-dire qu'il active le protocole HTTPS et fait apparaître le cadenas vert dans les navigateurs, comme une garantie.</p> <p>4,17 € /mois soit 49,99 €/an</p>	<p>Sectigo EV SSL</p> <p>Un incontournable pour les sites e-commerce.</p> <p>Ce certificat est le niveau de garantie le plus élevé sur Internet. Il indique que le site web visité est administré par la société qui le possède et que celle-ci existe légalement. Le certificat EV indique le nom de l'entreprise dans les navigateurs, près du cadenas vert.</p> <p>8,33 € /mois soit 99,99 €/an</p>
---	--	--

Cliquez sur suivant.

Si vous n'avez pas encore acheté votre nom de domaine, entrez-le ici puis cliquez sur **Rechercher**.

Rechercher

Cliquez sur le chariot pour le mettre dans le panier. Celui-ci sera votre nom de domaine principal. Choisissez d'autres noms de domaine si besoin (pour éviter qu'un concurrent ne vous le prenne !) et cliquez sur « suivant ».

jerechercheunnomdedomaine.fr Gratuit la première année puis 6,99 €/an • Disponible	0,00 € <small>6,99-€</small>	
---	--	--

←

Autres extensions

jerechercheunnomdedomaine.store • Disponible	46,99-€ 0,99 € <small>puis 50,99 €/an</small>	
jerechercheunnomdedomaine.io • Disponible	56,99-€ 41,99 € <small>puis 31,69 €/an</small>	
jerechercheunnomdedomaine.shop • Disponible	21,79-€ 2,99 € <small>puis 39,89 €/an</small>	
jerechercheunnomdedomaine.org Gratuit la première année puis 12,99 €/an • Disponible	0,00 € <small>8,89-€</small>	

Ovh vous propose plusieurs options payantes :

- DNS anycast
- Visibilité pro

Ne sélectionnez rien. Cliquez sur « continuer la commande ».

Vous arriverez à l'étape de la finalisation de votre commande, le paiement.

Vous paierez :

- 35,88 € HT pour l'offre perso avec un nom de domaine (offert la 1ère année). Soit 44 € TTC.
- 71,88 € HT pour l'offre pro avec un nom de domaine (offert la 1ère année). Soit 86 € TTC.

Votre sélection

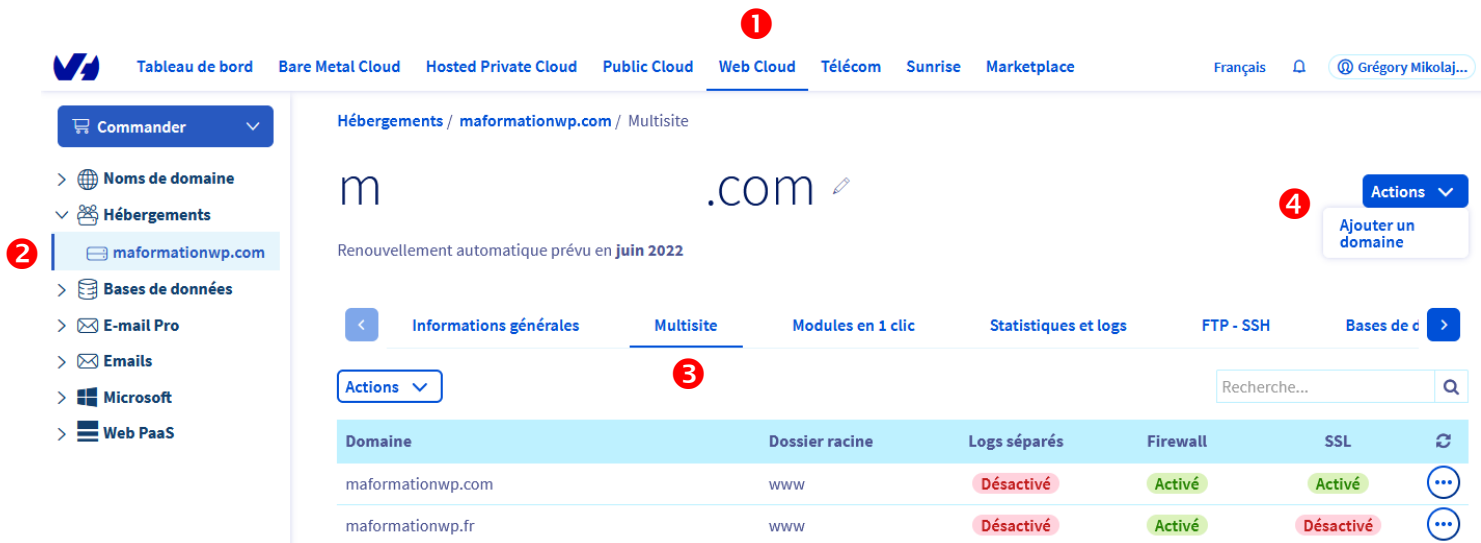
Hébergement	Perso	35,88 €
Option	SSL Let's Encrypt	Inclus
Module pré-installé	WordPress	Inclus
Noms de domaine		
	jerecher...maine.fr	0,00 €
	Gratuit la première année	<small>6,99-€</small>
Option	DNSSEC (DNS sécurisé)	Inclus

Si vous avez acheté plusieurs noms de domaine, vous devez faire une manipulation chez votre hébergeur afin que les autres noms de domaine (ex : .com et .be) « pointent » vers le principal (ex : .fr)

Allez dans votre espace client chez OVH. Cliquez sur « Web Cloud » ①

Dans la barre latérale, cliquez sur « Hébergements » ②, choisissez votre nom de domaine puis cliquez sur « Multisite » ③

Cliquez sur « le bouton action » ④ puis sur « Ajouter un domaine ».



Choisissez « Associer un domaine existant » et cliquez sur valider.

Commander ou associer un domaine

Quelle action voulez-vous effectuer ?

Commander un nouveau domaine
 Associer un domaine existant

Sélectionnez le domaine à ajouter (ici maformationwp.fr) puis cliquer sur suivant.

Ajouter un domaine ou un sous-domaine Étape 1 sur 3

Vous allez ajouter un domaine sur votre hébergement mutualisé **maformationwp.com**

Ajouter un domaine enregistré chez OVH
 Ajouter un domaine externe

Rechercher un domaine

maformationwp.com
maformationwp.fr

Ajouter un domaine ou un sous-domaine Étape 2 sur 3

Choisissez les informations du domaine à lier à l'hébergement mutualisé

Domaine

Le domaine www.maformationwp.com est déjà attaché à l'Hébergement Web

Dossier racine

Choisissez une option

SSL ⓘ

Ip du pays ⓘ

Activer le firewall ⓘ

Logs séparés ⓘ

← Ajoutez **www** dans dossier racine.

Cochez les cases « SSL » et « Activer le firewall ».

Cochez également « Ip du pays » et choisissez celui de la France.


Cliquez sur suivant.

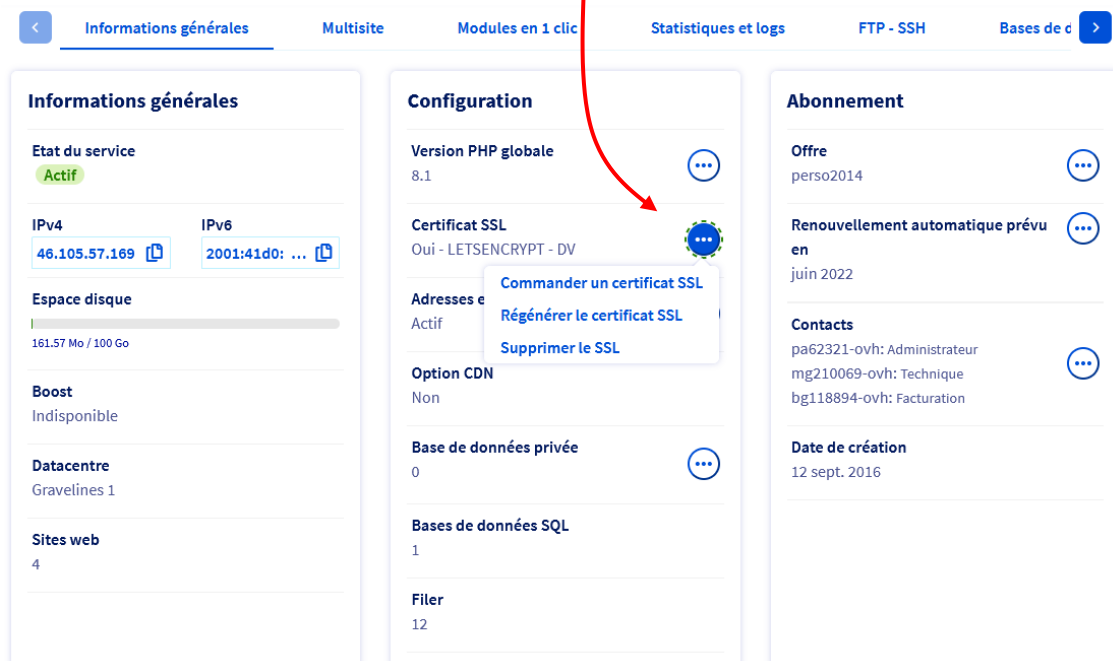
Validez malgré l'avertissement. La création est en cours.

Peu de temps après, la redirection apparaît.

En tapant www.votresite.com l'internaute arrivera sur www.votresite.fr.

Il peut être nécessaire également de régénérer les clés SSL.

Allez dans « Informations générales », cliquez sur  au niveau de « certificat SSL », puis sur « Régénérer le certificat SSL ».



Hébergement chez o2switch

Vous devez d'abord créer un compte.

Certaines informations sont demandées : votre nom, prénom, coordonnées téléphoniques et postales. Ces informations sont nécessaires pour toute création et tous les champs doivent être remplis. À défaut, vous recevrez un email du support vous demandant de rectifier ces informations.

O2switch propose une offre unique d'hébergement mutualisé, tout illimité, pour 72€ TCC / an. Vous pouvez :

- Héberger autant de sites que vous le souhaitez.
- Créer plusieurs bases de données (sans limite sur le nombre ou la taille de ces bases).

Lors de la souscription, vous pouvez choisir l'hébergement avec ou sans nom de domaine. Le prix affiché est le même car le nom de domaine est offert la 1^{ère} année.

★ Offre unique o2switch (nom de domaine inclus) - Tarif annuel de 60€ HT

Offre d'hébergement (tout illimité), avec la création ou transfert d'un nom de domaine inclus.
Permet la mise en ligne d'un ou plusieurs sites internet ainsi que la création de comptes courriels personnalisés.

Choix de la durée :

Vous devez maintenant choisir votre nom de domaine. Cliquez ensuite sur « poursuivre la commande ».

Choisir Son Nom De Domaine

Merci d'indiquer le nom de domaine que vous désirez créer ou transférer. Notre équipe vous contactera s'il n'est pas disponible.

Vous serez redirigé vers la page de paiement.

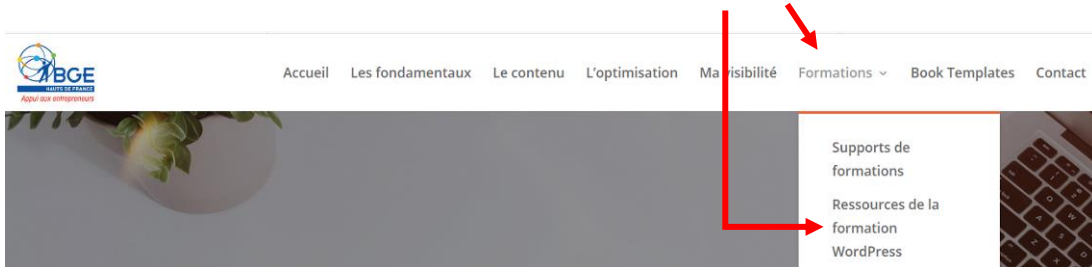
Vous pouvez bénéficier d'un code promo : taper « BGEHdF » pour bénéficier d'une remise de 10%.

IV. INSTALLATION DE WORDPRESS

1. TELECHARGEMENT DE LA SAUVEGARDE UPDRAFTPLUS

Allez sur la plateforme de ressources numériques de BGE : <https://prn.bge-hautsdefrance.fr>

Cliquez sur **Formations** ► **Ressources de formation WordPress.**




Téléchargez sur votre ordinateur (dans un répertoire appelé WordPress) les 2 fichiers suivants : UpdraftPlus Thème et UpdraftPlus Plugins.



2. INSTALLATION SUR O2SWITCH

Connectez-vous à votre espace client chez o2switch. 

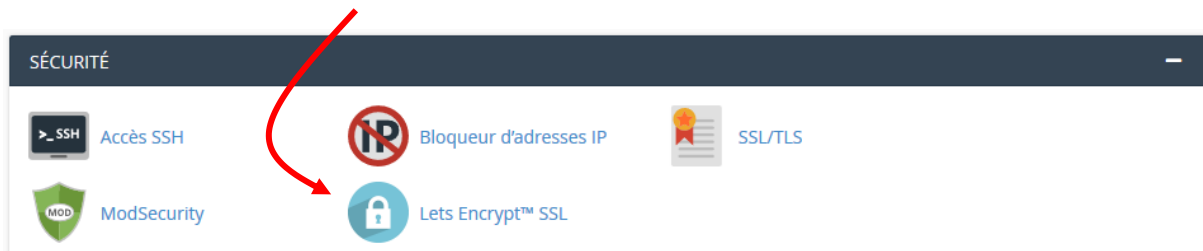
Suite à validation de votre règlement, vous avez reçu de la part de "master@o2switch.fr" un premier email intitulé "Bienvenue chez o2switch" avec les infos suivantes :


 Son adresse est <https://reload.o2switch...>
 Nom d'utilisateur (login) : xxxx
 Mot de passe : xxxx

Cliquez sur le lien puis renseignez le nom d'utilisateur et le mot de passe que vous avez reçu.

- **1^{ère} étape : activer le certificat SSL.**

Il permet de crypter les données saisies par les internautes sur votre site. Ce certificat est « obligatoire » pour les sites e-commerce. Les moteurs de recherche (Google) sont très attentifs à ce certificat puisque cela augmente la sécurisation de votre site. Descendez jusqu'à la partie « SECURITE » puis cliquez sur « Lets Encrypt SSL »



Descendez jusqu'à « Générer un nouveau certificat »
Sur la ligne de votre nom de domaine, cliquez sur « Générer »

Générer un nouveau certificat

Choisissez parmi l'un de vos noms de domaine ci-dessous. Une nouvelle clé et un nouveau certificat seront rajoutés au gestionnaire SSL/TLS.

Show entries

Nom de domaine	Hôtes alternatifs	Actions
		+ Générer

Vous arrivez sur une page Let's Encrypt.

Let's Encrypt™ SSL

Le service Let's Encrypt a des limites sur le nombre de certificat SSL générable par domaine. [Cliquez-ici](#) pour avoir plus d'information à ce sujet.
Merci d'indiquer tout hôte complémentaire à inclure au certificat

Installation du certificat pour : **sebastien.noscherubins.com**

Nom de domaine	Type	Include ?	Inclure le wildcard ?	Inclure les sous-domaines cPanel?
sebastien.noscherubins.com	Sub	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (cpanel,webmail,webdisk,cpcontacts,cpcalendars)
.....	Sub Alias	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

* Cette option désactive les emails d'alertes pour les renouvellements de certificat
** Les sous-domaines de cPanel sont les sous-domaines de la forme cPanel.*, webmail.*, qui permettent d'accéder à cPanel (ou au webmail) à partir de sous-domaines. Attention aux limites de Let's Encrypt

Choisissez une méthode de validation (toutes sont automatiques)


Par défaut, la méthode HTTP est recommandée. Si votre domaine utilise les serveurs DNS d'o2switch, vous pouvez aussi utiliser la méthode DNS.
Si vous souhaitez un certificat SSL wildcard, vous devez choisir la méthode de validation DNS.

http-01 dns-01

Avertissement : décochez les domaines se terminant par `.odns.fr`, `.o2switch.net` ou `.universe.wf` dans la liste des hôtes alternatifs, sinon cela va très probablement provoquer une erreur à cause des limites de Let's Encrypt™

[Générer](#) [Simuler la génération](#)

Ne modifiez rien, cliquez seulement sur « Générer ».


Revenez à la page d'accueil en cliquant sur  en haut à gauche de l'écran.

• **2^{ème} étape : installer WordPress.**


Allez tout en bas de la page jusqu'à « SOFTACULOUS APPS INSTALLER » puis cliquez sur l'icône de WordPress.

SOFTACULOUS APPS INSTALLER


Scripts:




WordPress




PrestaShop 1.6




Joomla



Drupal 7

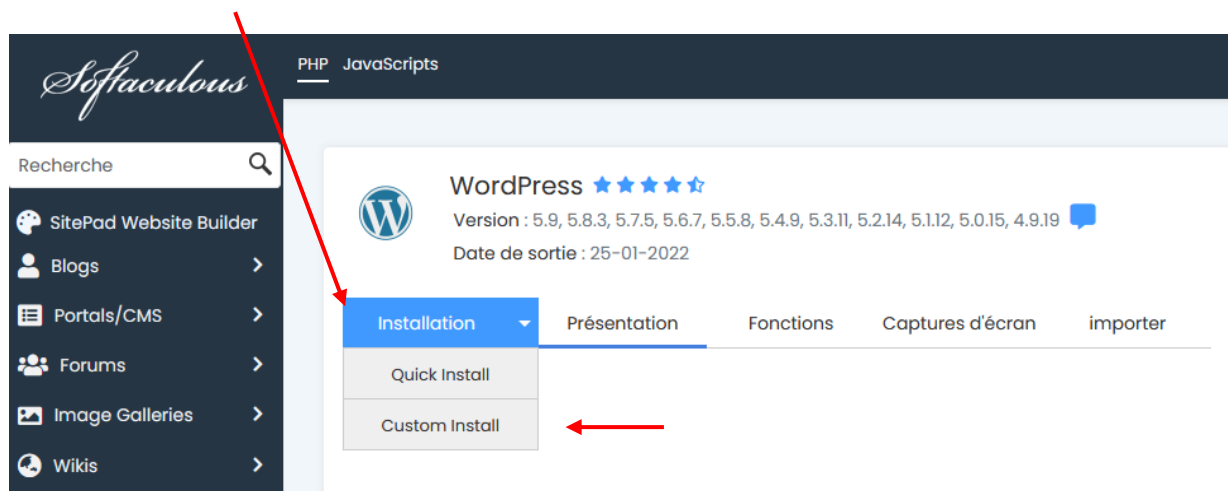


phpBB



Piwigo

Vous arrivez sur la page suivante.
Cliquez sur « Installation » et choisissez « Custom Install ».



Choisissez le https://www puis votre nom de domaine

Installation du Logiciel Quick Install

Adresse d'installation
Veuillez choisir l'URL pour installer le logiciel

Choose the version you want to install
Please select the version to install.

Choisissez un protocole
 Choisissez un Domaine
 Dans le dossier

Donnez un nom à votre site, faites une petite description (facultatif). **1**
 On vous propose un nom d'utilisateur et un mot de passe pour vous connecter à votre site. **2**
 Vous pouvez les garder ou les modifier. Pensez à les noter pour ne pas les oublier.
 Indiquez également votre adresse mail. Elle vous servira notamment pour récupérer votre mot de passe si vous le perdez.

1

Paramètres

Nom du site

Description du site

Disable WordPress Cron

Compte Administrateur

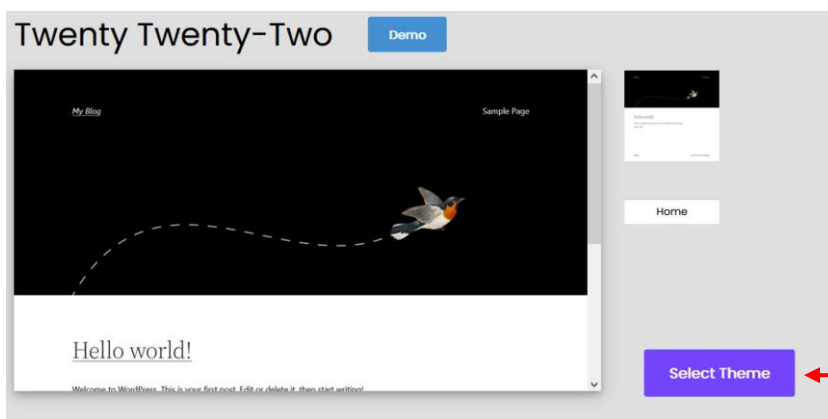
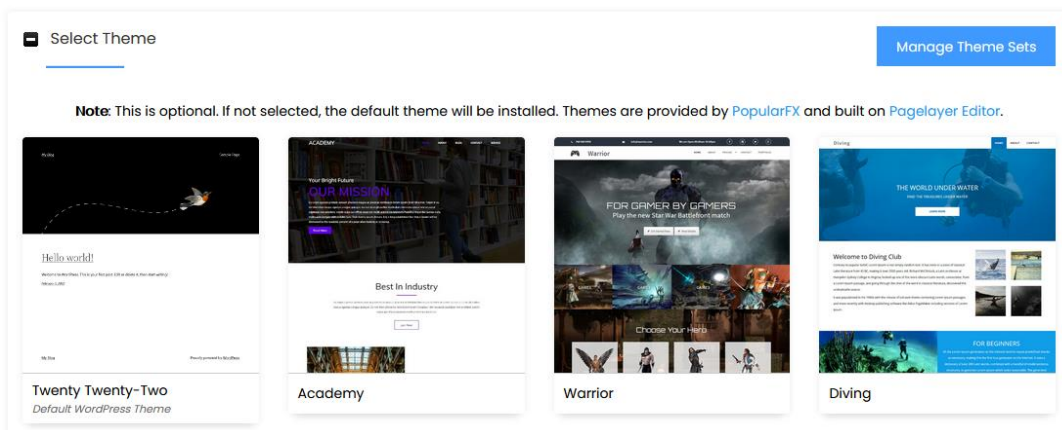
Nom d'utilisateur administrateur

Mot de passe **2**
 Masquer

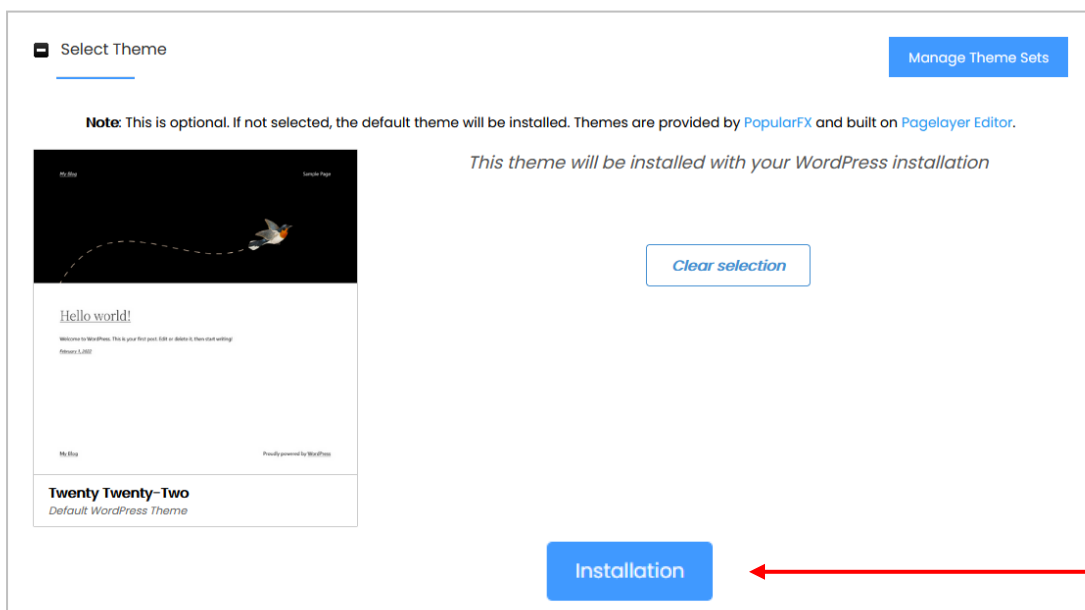
Indicateur de sécurité (0/100)

Courriel

Cliquez sur le thème Twenty Twenty-Two. Il ne sera pas utilisé pour votre site mais permet d'installer moins de choses inutiles sur votre site.



Cliquez sur « **Select Theme** ».



Cliquez sur « **Installation** »

Après quelques secondes d'attente, le message suivant s'affiche. Cliquez sur l'URL du panneau d'administration.

Félicitations, le logiciel a été installé avec succès

WordPress a été installé avec succès à :
<http://www.formation.montriplesvoyages.com>
URL du panneau d'administration : <http://www.formation.montriplesvoyages.com/wp-admin/>

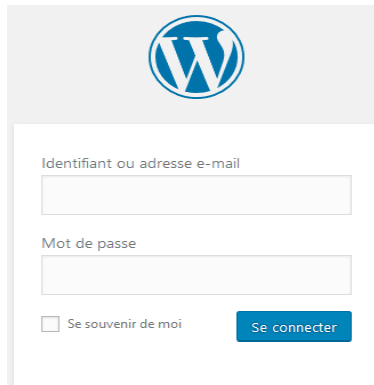
Nous espérons que le processus d'installation fût facile.

NOTE : Softaculous est juste une installation automatique et ne fournit pas de support pour le logiciel. Veuillez visitez le site du développeur de ce logiciel pour tout type de support!

Observations,
Installation automatique Softaculous

[Return to WordPress Management](#) [Retour à la vue d'ensemble](#)

NB : pour vos prochaines connexions, il faudra utiliser votre nom de domaine suivi de wp-admin, soit <http://www.monsite.fr/wp-admin>
Il faudra indiquer votre identifiant et le mot de passe choisis précédemment.



The image shows the WordPress login interface. At the top is the WordPress logo. Below it are two input fields: "Identifiant ou adresse e-mail" and "Mot de passe". There is a checkbox labeled "Se souvenir de moi" and a blue button labeled "Se connecter".

Rendez-vous dans la partie 4. Restauration de la sauvegarde UPDRAFTPLUS pour la suite.

3. INSTALLATION SUR OVH

Lors de l'achat de l'hébergement et du nom de domaine, vous avez installé le module en 1 clic WordPress (CF page 13). Vous avez reçu un mail de OVH comme ci-dessous.

Bonjour [REDACTED]

L'installation de **WordPress** sur l'hébergement lié au nom de domaine [REDACTED] (la [REDACTED] hosting.ovh.net) a eu lieu avec succès.

Vous pouvez vous y connecter avec ces paramètres :

- Lien d'accès : [http://\[REDACTED\].fr](http://[REDACTED].fr)
- Lien d'administration : [http://\[REDACTED\].fr/wp-admin](http://[REDACTED].fr/wp-admin) **1**
- Nom de l'administrateur : [REDACTED] **2**

Cliquez sur le lien suivant pour obtenir votre mot de passe ([Mot de passe Wordpress](#)) **3**

Si vous avez des questions à propos de l'utilisation de Wordpress, n'hésitez pas à demander l'aide de [notre communauté d'utilisateurs](#)

Vous avez également la possibilité de vous référer à la [documentation officielle](#) de Wordpress

Veillez noter que votre module n'est pas accessible depuis votre nom de domaine principal mais depuis un multi-domaine (comme vous pouvez le voir dans les liens d'accès).

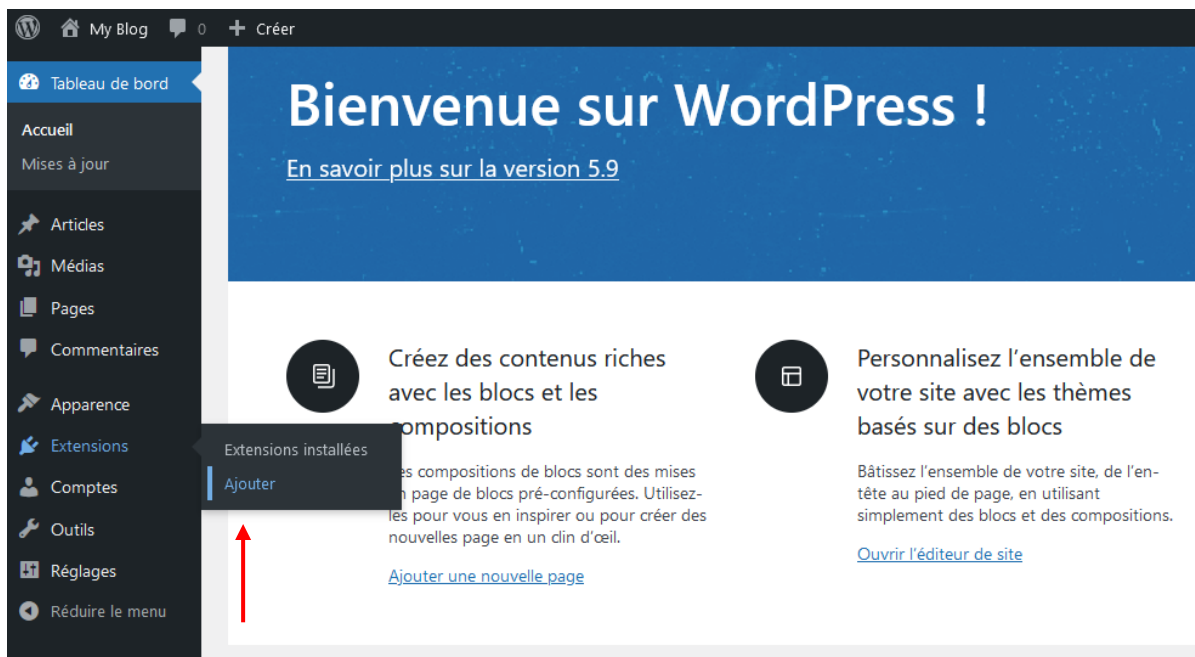
NB : Afin que ce service puisse fonctionner normalement, veuillez ne pas modifier par vous-même les fichiers du module ainsi que ses éventuelles bases de données.

Merci de votre compréhension.

Connectez-vous à votre site en cliquant sur le lien d'administration qui se termine par wp-admin. **1**
Utilisez le nom de l'administrateur qui est indiqué. **2**
Pour obtenir le mot de passe, cliquez sur le lien fourni. **3**

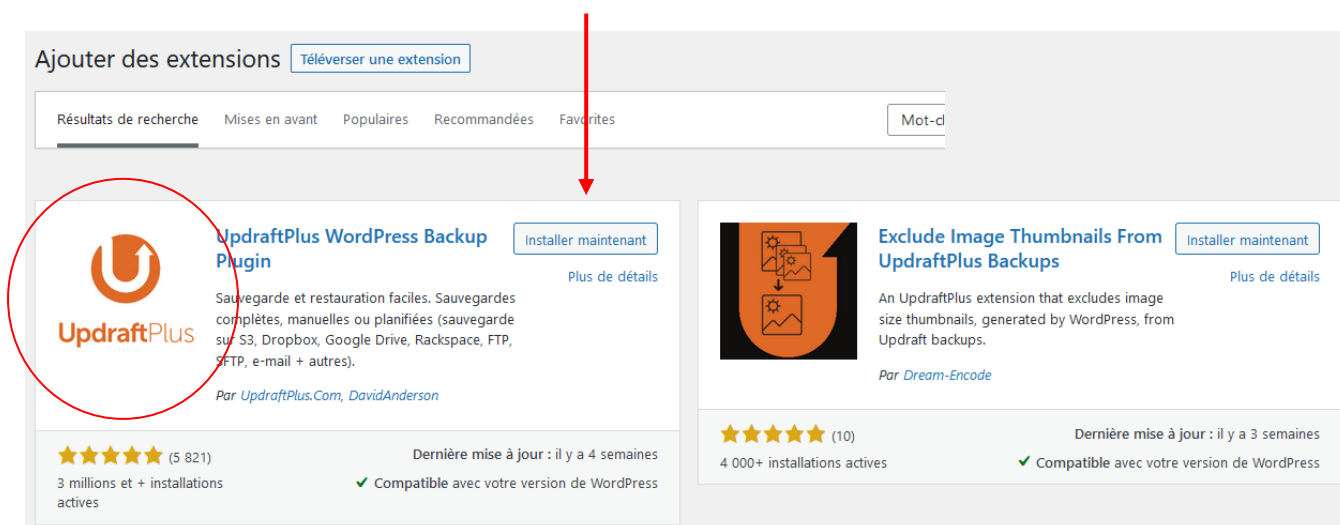
4. RESTAURATION DE LA SAUVEGARDE UPDRAFTPLUS

Vous êtes connecté(e) à votre site (pour rappel, vous avez ajouté /wp-admin à votre nom de domaine). Bienvenue dans le tableau de bord de WordPress.



- 1^{ère} étape : installer l'extension UPDRAFTPLUS

Dans le bandeau latéral, passez votre souris sur « **Extensions** » et cliquez sur « **Ajouter** ». Dans la barre de recherche en haut à droite, tapez « **UPDRAFTPLUS** ». Cliquez sur « **Installer maintenant** » sur l'extension « **UpdraftPlus WordPress Backup Plugin** ».





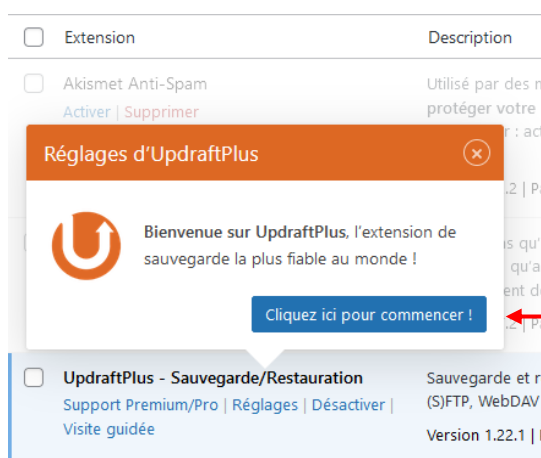
UpdraftPlus WordPress Backup Plugin

Sauvegarde et restauration faciles. Sauvegardes complètes, manuelles ou planifiées (sauvegarde sur S3, Dropbox, Google Drive, Rackspace, FTP, SFTP, e-mail + autres).

Par [UpdraftPlus.Com](#), [DavidAnderson](#)

Activer Plus de détails

Cliquez sur « **Activer** »



Réglages d'UpdraftPlus

Bienvenue sur UpdraftPlus, l'extension de sauvegarde la plus fiable au monde !

Cliquez ici pour commencer !

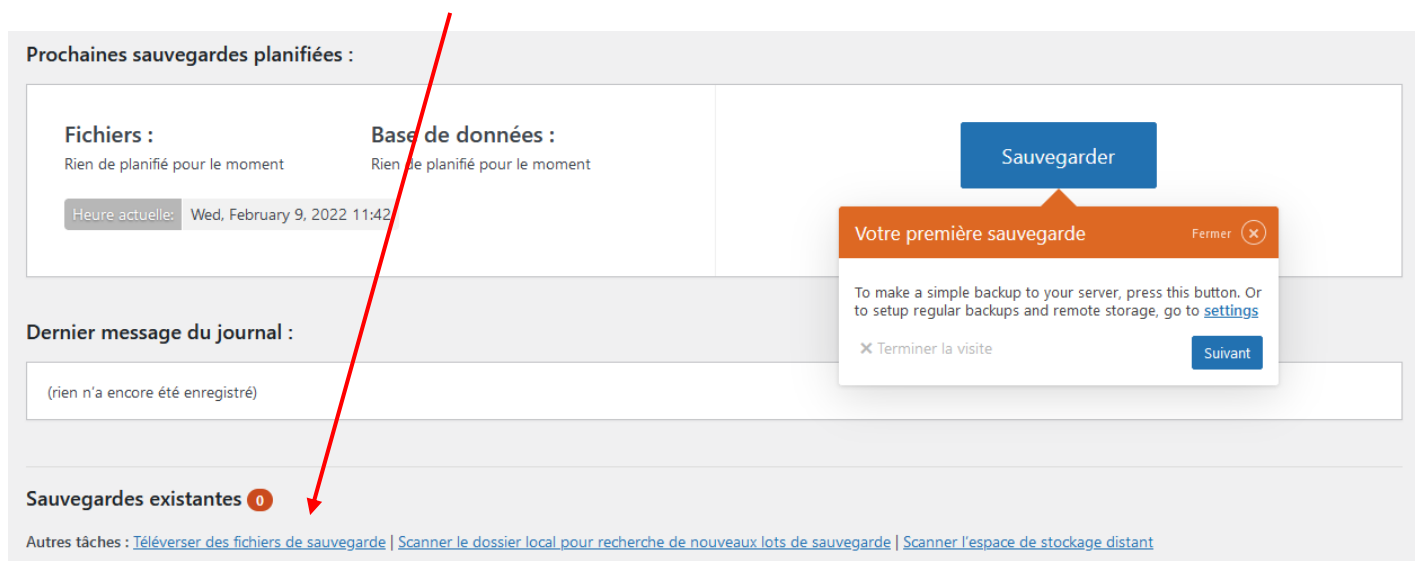
UpdraftPlus - Sauvegarde/Restauration
Support Premium/Pro | Réglages | Désactiver | Visite guidée

Cliquez sur « **Cliquez ici pour commencer** »

- **2ème étape : restaurer les fichiers de sauvegarde.**

Nous allons restaurer la sauvegarder téléchargée précédemment sur PRN. Il s'agit de la matrice BGE qui va permettre d'avoir le thème DIVI pour créer le contenu de votre site, et des extensions pour booster et sécuriser votre site.

Cliquez sur « **Téléverser des fichiers de sauvegarde** ».



Prochaines sauvegardes planifiées :

Fichiers : Rien de planifié pour le moment
Base de données : Rien de planifié pour le moment

Heure actuelle: Wed, February 9, 2022 11:42

Sauvegarder

Votre première sauvegarde

To make a simple backup to your server, press this button. Or to setup regular backups and remote storage, go to [settings](#)

Terminer la visite **Suivant**

Dernier message du journal : (rien n'a encore été enregistré)

Sauvegardes existantes 0

Autres tâches : [Téléverser des fichiers de sauvegarde](#) | [Scanner le dossier local pour recherche de nouveaux lots de sauvegarde](#) | [Scanner l'espace de stockage distant](#)

Cela ouvre un cadre en dessous grâce auquel on va pouvoir installer des fichiers.
Cliquez sur « **Sélectionnez des fichiers** ».

Sauvegardes existantes 0

Autres tâches : [Téléverser des fichiers de sauvegarde](#) | [Scanner le dossier local pour recherche de nouveaux lots de sauvegarde](#) | [Scanner l'espace de stockage distant](#)

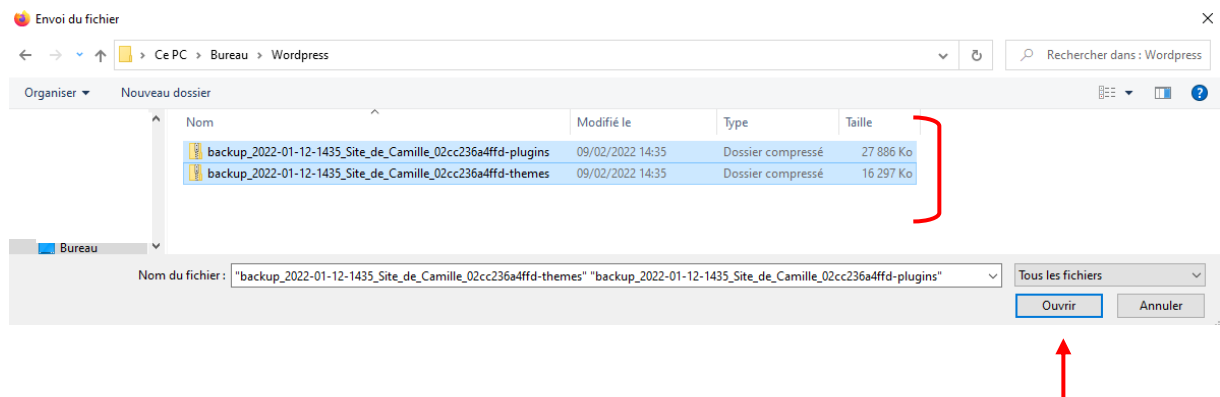
Téléversez les fichiers dans UpdraftPlus. Vous pouvez aussi les placer manuellement (via FTP ou autre) dans le répertoire d'UpdraftPlus (par défaut wp-content/updraft). Utilisez ensuite le lien « actualiser » ci-dessus.

Laissez les fichiers de sauvegarde ici

or

[Sélectionnez des fichiers](#)

Allez chercher sur votre ordinateur les 2 fichiers téléchargés précédemment (CF p 18) : **UpdraftPlus** Thème et **UpdraftPlus Plugins** puis cliquez sur ouvrir.



Envoi du fichier

Ce PC > Bureau > Wordpress

Nom	Modifié le	Type	Taille
backup_2022-01-12-1435_Site_de_Camille_02cc236a4ffd-plugins	09/02/2022 14:35	Dossier compressé	27 886 Ko
backup_2022-01-12-1435_Site_de_Camille_02cc236a4ffd-themes	09/02/2022 14:35	Dossier compressé	16 297 Ko

Nom du fichier : "backup_2022-01-12-1435_Site_de_Camille_02cc236a4ffd-themes" "backup_2022-01-12-1435_Site_de_Camille_02cc236a4ffd-plugins"

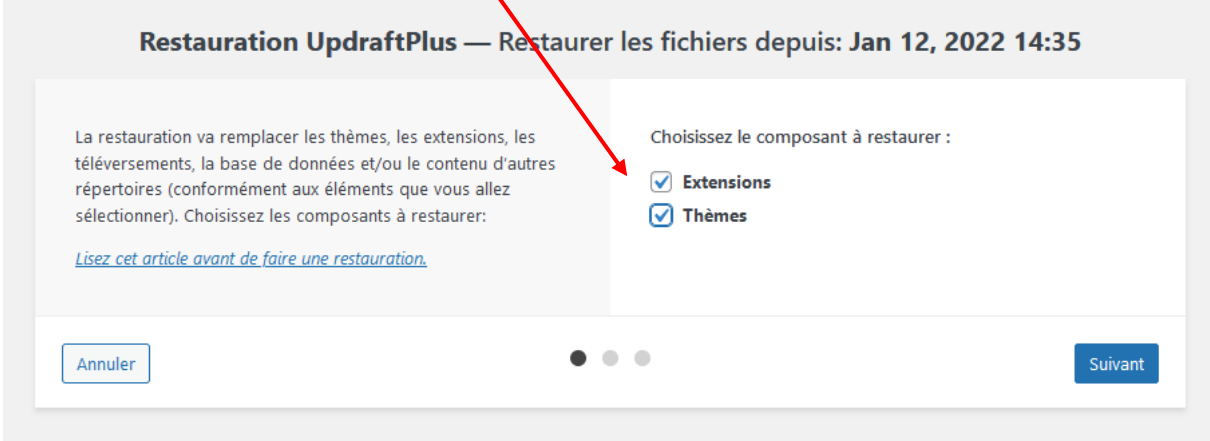
Tous les fichiers

[Ouvrir](#) [Annuler](#)

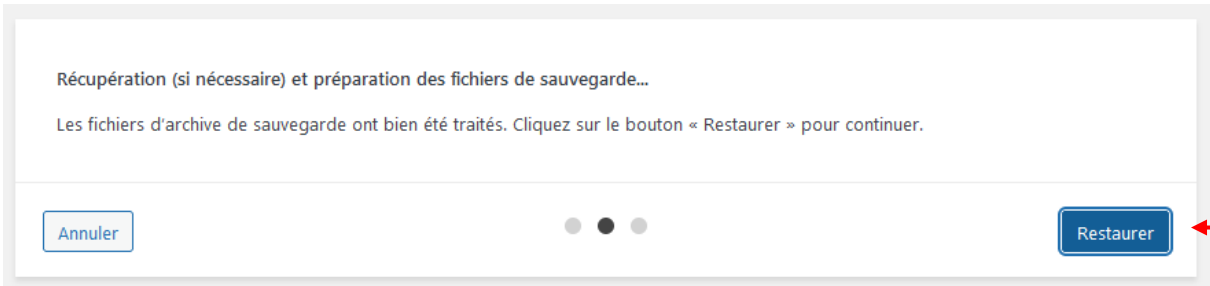
Après quelques secondes d'attente, de nouvelles lignes sont apparues.
Cliquez sur le bouton bleu « **Restaurer** »

backup_2022-01-12-1435_Site_de_Camille_02cc236a4ffd-plugins.zip (27.2 mb/27.2 mb) - Terminé			
backup_2022-01-12-1435_Site_de_Camille_02cc236a4ffd-themes.zip (15.9 mb/15.9 mb) - Terminé			
<input type="checkbox"/>	Date de la sauvegarde	Données sauvegardées (cliquer pour télécharger)	Actions
<input type="checkbox"/>	Jan 12, 2022 14:35	Extensions Thèmes	Restaurer Supprimer

Cochez les 2 cases « Extensions » et « Thèmes » puis cliquez sur « Suivant ».



Cliquez ensuite sur « Restaurer »



Un message de succès apparaît. Cliquez sur « **Retourner à la configuration d'UpdratPlus** » pour revenir au tableau de bord de WordPress.



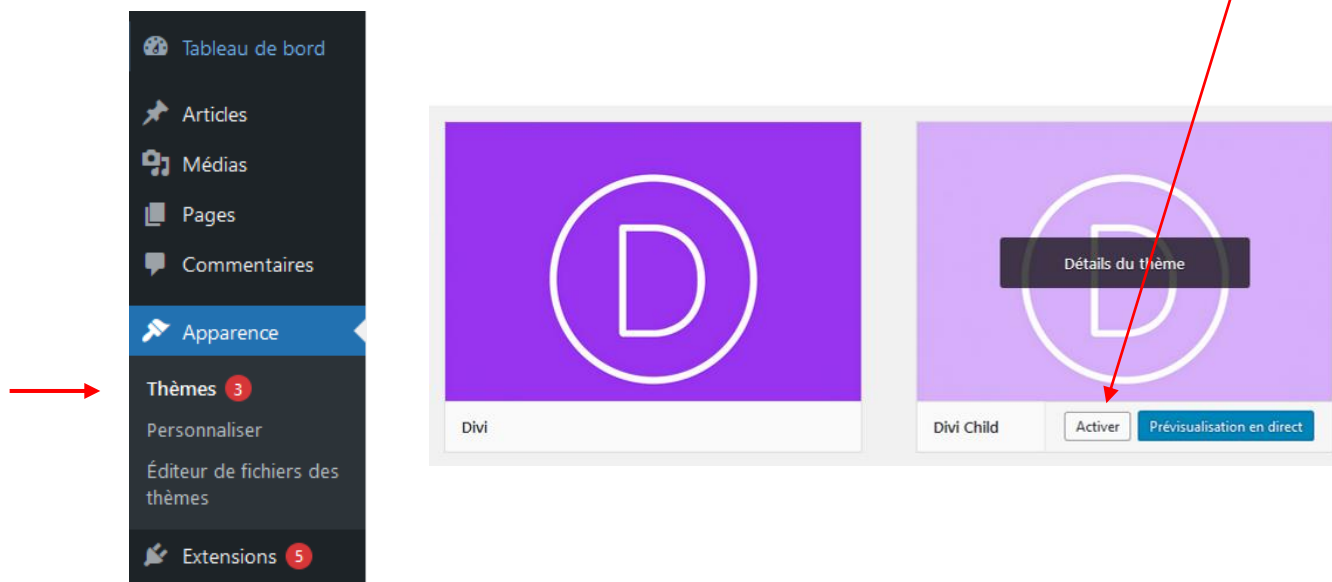
- **3ème étape : activer le thème enfant DIVI**

Un thème WordPress est un modèle de mise en forme graphique des contenus. Pour simplifier, il s'agit du même principe qu'avec un modèle de présentation PowerPoint. Nous allons utiliser le thème DIVI pour créer votre site web. DIVI est bien plus qu'un thème, c'est un constructeur de page.

Si vous modifiez les pages de votre thème, vous risquez de perdre les modifications à chaque mise-à-jour. Vous devez créer un thème enfant dans lequel vous apporterez les modifications sans les perdre lors de chaque mise à jour.

Si vous êtes curieux, pour en savoir plus sur le thème enfant : <https://www.divi-community.fr/tutoriels-divi/tout-savoir-sur-les-themes-enfants-pour-divi/>

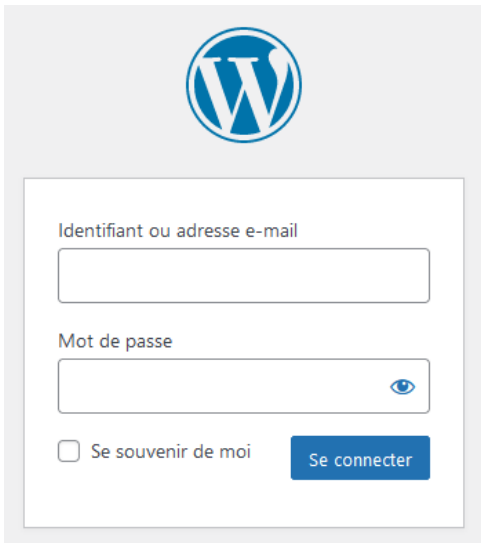
Un thème enfant a été créé sur votre site par défaut mais il faut l'activer.
Pour ce faire, aller dans **Apparence** ► **Thèmes**, survolez le thème divi-child puis cliquez sur **Activer**.



V. INTERFACE D'ADMINISTRATION DE WORDPRESS

1. CONNEXION / DECONNEXION

Vous pouvez accéder au tableau de bord WordPress de votre site de n'importe quel appareil (ordinateur, tablette ou smartphone) en utilisant l'URL de connexion composée de votre nom de domaine suivi de **/wp-admin**



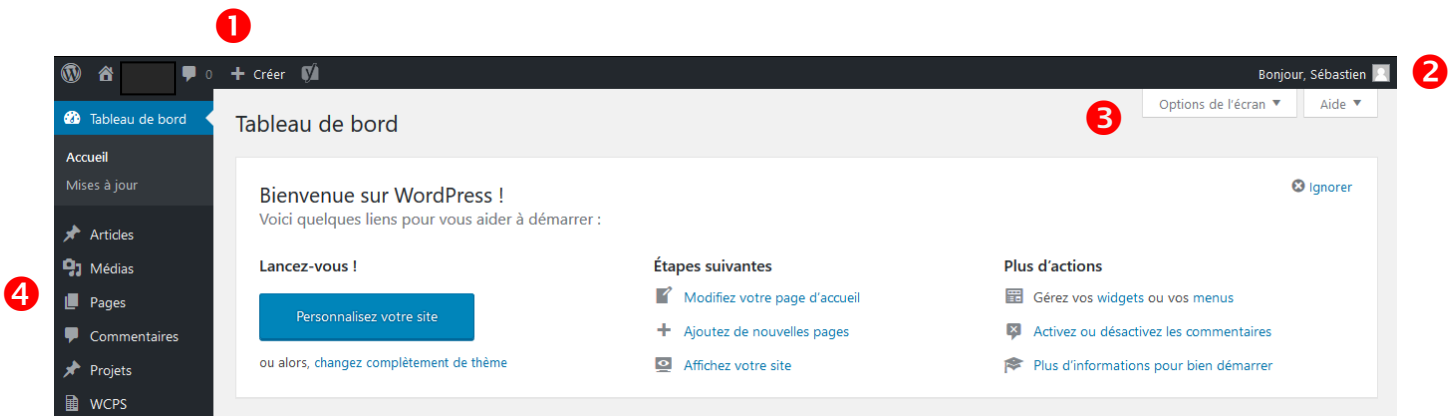
The screenshot shows the WordPress login interface. At the top is the WordPress logo. Below it is a form with two input fields: 'Identifiant ou adresse e-mail' and 'Mot de passe'. The password field has an eye icon to toggle visibility. Below the fields is a checkbox labeled 'Se souvenir de moi' and a blue button labeled 'Se connecter'.

Exemple <http://www.monsite.fr/wp-admin>

Renseignez votre identifiant et votre mot de passe puis cliquez sur « Se connecter ».

2. ADMINISTRATION DE WORDPRESS

Après la connexion, vous arrivez sur la page d'accueil de l'administration :



The screenshot shows the WordPress dashboard. At the top, there is a navigation bar with a 'Créer' button (1) and a user profile 'Bonjour, Sébastien' (2). Below the navigation bar is a sidebar (4) with menu items: Accueil, Mises à jour, Articles, Médias, Pages, Commentaires, Projets, and WCPS. The main content area is titled 'Tableau de bord' (3) and contains a welcome message 'Bienvenue sur WordPress !' with an 'Ignorer' link. Below the message are three sections: 'Lancez-vous !' with a 'Personnalisez votre site' button and the text 'ou alors, changez complètement de thème'; 'Étapes suivantes' with links for 'Modifiez votre page d'accueil', 'Ajoutez de nouvelles pages', and 'Affichez votre site'; and 'Plus d'actions' with links for 'Gérez vos widgets ou vos menus', 'Activez ou désactivez les commentaires', and 'Plus d'informations pour bien démarrer'.

La barre des raccourcis 1

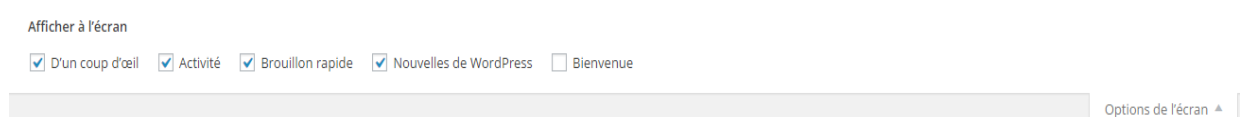
En haut, la barre horizontale est celle des raccourcis pour ajouter une page (+Créer). Vous pouvez voir apparaître de nouveaux raccourcis dans cette barre quand vous ajoutez des extensions (plugins).

Le compte de l'utilisateur connecté ②

Toujours en haut, mais à droite, vous avez des raccourcis concernant votre compte en cliquant sur **votre pseudo, modifier mon profil** ou **se déconnecter**.

Les options d'écran ③

Cet onglet vous permet de gérer les options de la page affichée. Vous souhaitez voir les *options de l'écran* et ne garder que *D'un coup d'œil* et *Bienvenue*.



Menu et sous-menus ④

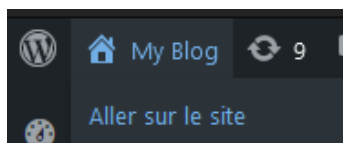
Dans WordPress, tout se joue dans le menu vertical situé à gauche de l'écran. En cliquant sur une catégorie de gestion (Articles, Médias, Pages, Commentaires, Apparence, Extensions, etc.), vous ouvrez son menu (le sous-menu).

Lorsque vous allez ajouter une extension (plugin), vous pouvez retrouver son administration soit dans le menu principal, soit dans les sous-menus de « **Réglages** » ou de « **Outils** » en fonction de son type.

VI. PARAMETRAGE DU SITE WORDPRESS

1. APERÇU DU SITE

Pour visualiser votre site, déplacez la souris sur l'icône maison dans la barre des raccourcis.



Nous vous conseillons de faire un « clic droit » puis choisir « Ouvrir le lien dans un nouvel onglet ». Dans votre navigateur internet, vous avez deux onglets. Le premier pour gérer votre tableau de bord et le deuxième pour afficher votre site web. Rafraîchissez la page à chaque modification, touche **F5**.

2. CONFIGURATION

- Dans le menu **Réglages** ► **Général**

Si vous ne l'avez pas encore fait, changez **le titre du site** et **le slogan**. Décrivez-y votre activité.

Titre du site	<input type="text" value="Mon site"/>
Slogan	<input type="text" value="Un site utilisant WordPress"/> <small>En quelques mots, décrivez la raison d'être de ce site.</small>

Vérifiez que vous avez bien « https ». Si ce n'est pas le cas, ajoutez le « s » à votre adresse. **Attention, lorsque vous validerez ce changement vous devrez vous reconnecter, et donc vous souvenir de vos identifiants !!!**

Adresse web de WordPress (URL)	<input type="text" value="https://www.miss-suzanne.fr"/>
Adresse web du site (URL)	<input type="text" value="https://www.miss-suzanne.fr"/>

- Dans le menu **Réglages** ► **Lecture**

Cochez **une page statique** puis choisissez votre page d'accueil dans le menu déroulant.

Pour le moment votre page d'accueil n'existe pas encore, dès que vous l'aurez créée n'oubliez pas de revenir dans cet onglet pour la définir comme page d'accueil.

La page d'accueil affiche	<input type="radio"/> Les derniers articles <input checked="" type="radio"/> Une page statique (choisir ci-dessous)
Page d'accueil :	<input type="text" value="Accueil"/>
Page des articles :	<input type="text" value="— Sélectionner —"/>

Cochez la case **Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site** si vous êtes en phase de développement. **Mais n'oubliez pas de décocher la case lorsque vous serez prêt à indexer vos pages sur les moteurs de recherche.**

Visibilité pour les moteurs de recherche	<input checked="" type="checkbox"/> Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site <small>Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.</small>
<input type="button" value="Enregistrer les modifications"/>	

- Dans le menu **Réglages** ► **Discussions**

Si vous publiez des articles de blog sur votre site internet, vous pouvez paramétrer les commentaires.

Cochez la case « **Autoriser les lecteurs à publier des commentaires sur vos pages** » si vous souhaitez que les gens puissent commenter vos articles.

Réglages par défaut des articles	<input type="checkbox"/> Tenter de notifier les sites liés depuis le contenu des articles <input checked="" type="checkbox"/> Autoriser les liens de notification d'autres blogs (pings et rétroliens) sur les nouveaux articles <input checked="" type="checkbox"/> Autoriser les lecteurs à publier des commentaires sur les nouveaux articles <i>(Ces réglages peuvent être modifiés pour chaque article.)</i>
----------------------------------	--

Cochez la case « **un utilisateur doit être enregistré et connecté pour publier des commentaires** » pour éviter les commentaires intempestifs.

Autres réglages des commentaires	<input checked="" type="checkbox"/> L'auteur d'un commentaire doit renseigner son nom et son adresse de messagerie <input checked="" type="checkbox"/> Un utilisateur doit être enregistré et connecté pour publier des commentaires <input type="checkbox"/> Fermer automatiquement les commentaires pour les articles vieux de plus de <input type="text" value="14"/> jours <input type="checkbox"/> Afficher la case à cocher pour accepter les cookies des commentaires.
----------------------------------	--

Vous pouvez approuver les commentaires avant qu'ils apparaissent sur votre site. Pour cela, cochez la case « **le commentaire doit être approuvé manuellement** ».

Avant la publication d'un commentaire	<input checked="" type="checkbox"/> Le commentaire doit être approuvé manuellement <input type="checkbox"/> L'auteur d'un commentaire doit avoir déjà au moins un commentaire approuvé
---------------------------------------	---

Vous pouvez également modérer automatiquement des commentaires en tenant une liste noire composée de mots, d'un nom, d'une URL, d'une adresse de messagerie ou d'une adresse IP.

- Dans le menu **Réglages** ► **Médias**

On peut optimiser l'utilisation des images, vidéos, sons, documents et leur archivage.

Dans l'envoi de fichiers, décochez l'option car la création d'un dossier tous les mois et tous les ans est une « porte ouverte » pour accéder aux fichiers sources de site WordPress.

Réglages des médias	
Tailles des images	
<small>Les tailles précisées ci-dessous déterminent les dimensions maximales (en pixels) à utiliser lors de l'insertion d'une image dans la bibliothèque de médias.</small>	
Taille des miniatures	Largeur <input type="text" value="150"/> Hauteur <input type="text" value="150"/> <input checked="" type="checkbox"/> Recadrer les images pour parvenir aux dimensions exactes (normalement, les miniatures sont au format carré)
Taille moyenne	Largeur maximale <input type="text" value="300"/> Hauteur maximale <input type="text" value="300"/>
Grande taille	Largeur maximale <input type="text" value="1024"/> Hauteur maximale <input type="text" value="1024"/>
Envoi de fichiers	
<input type="checkbox"/> Organiser mes fichiers envoyés dans des dossiers mensuels et annuels	

- Dans le menu **Réglages** ► **Permalien**

Un permalien (lien permanent) est l'Url des pages d'un site. Une Url est l'adresse web où se situe une page, une image, un document sur internet. Elle commence généralement par <https://>
Un permalien est un élément essentiel dans le référencement.

Cochez la case **structure personnalisée** pour obtenir une Url de page reprenant la page de votre site web du type <https://monsite/bonjour-tout-le-monde.html>

On clique sur « Structure personnalisée » puis on rajoute dans la fenêtre : `/%postname%.html`

<input type="radio"/> Simple	<code>https://www.miss-suzanne.fr/?p=123</code>
<input type="radio"/> Date et titre	<code>https://www.miss-suzanne.fr/2017/11/10/exemple-article/</code>
<input type="radio"/> Mois et titre	<code>https://www.miss-suzanne.fr/2017/11/exemple-article/</code>
<input type="radio"/> Numérique	<code>https://www.miss-suzanne.fr/archives/123</code>
<input type="radio"/> Nom de l'article	<code>https://www.miss-suzanne.fr/exemple-article/</code>
<input checked="" type="radio"/> Structure personnalisée	<code>https://www.miss-suzanne.fr</code> <input type="text" value="/%postname%.html"/>

Il se peut que les permaliens ne fonctionnent pas, dans ce cas revenez aux valeurs par défaut.

Indiquez catégorie pour les Urls du type, <https://monsite/categorie/non-classe>

Facultatif

Si vous le souhaitez, vous pouvez spécifier ici une structure personnalisée pour les adresses web de vos mots-clés et de vos catégories. Par exemple, en utilisant `sujets` comme préfixe pour vos catégories, vous obtiendrez des adresses web comme : `http://localhost/monsite/sujets/non-classe/`. Si vous laissez ce champ vide, la valeur par défaut sera appliquée.

Préfixe des catégories

Base des étiquettes

[Enregistrer les modifications](#)

VII. LES RESSOURCES VISUELLES WORDPRESS

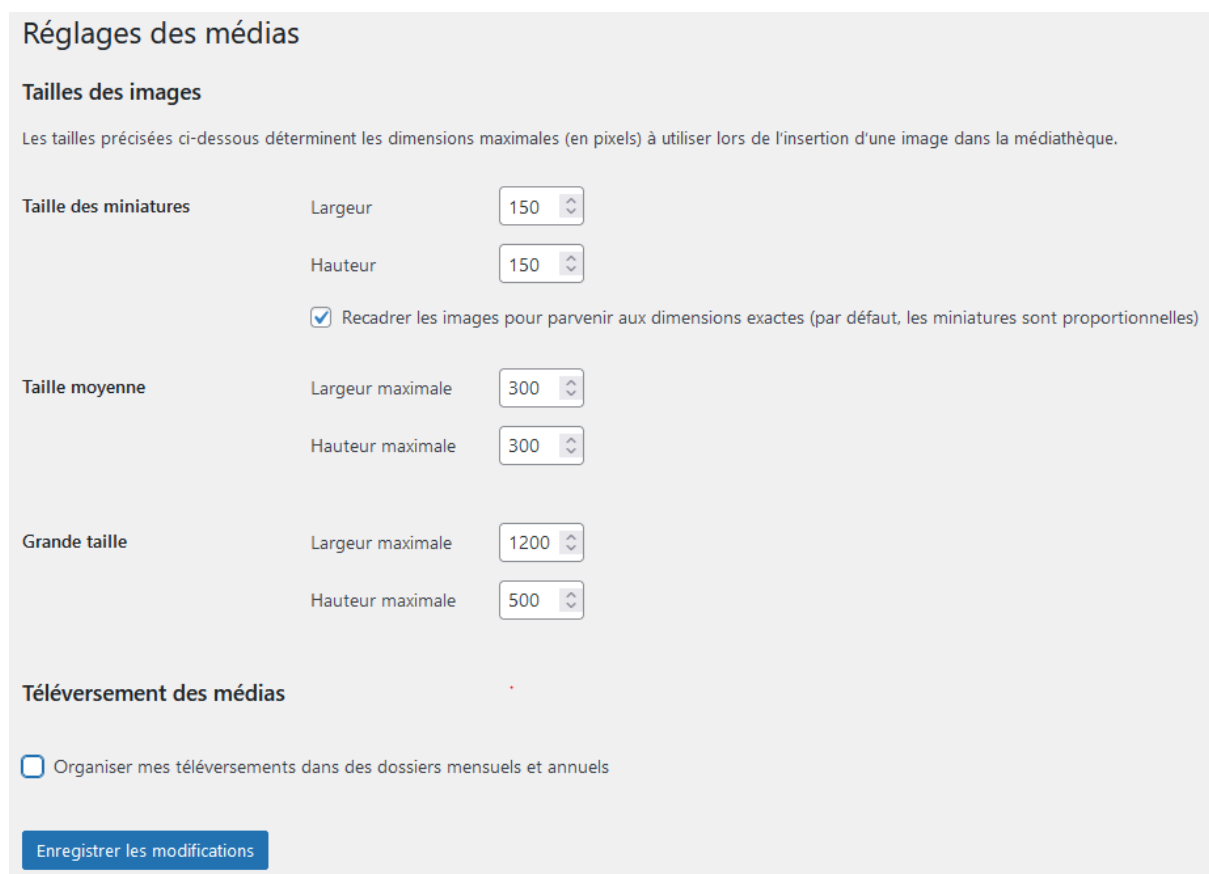
1. GESTION DE LA BIBLIOTHEQUE DE MEDIAS

Les images représentent souvent une grosse partie du poids d'une page. Nous vous conseillons de vous limiter à des images ne dépassant pas les 1200 pixels de large et un poids < 100 ko. Vos pages se chargeront ainsi plus rapidement. C'est un critère pour le référencement de votre site web.

Sachez que lorsque vous ajoutez une image dans la bibliothèque de WordPress, celui-ci génère automatiquement trois tailles d'image différentes qui seront ensuite accessibles lors de leur insertion dans les contenus. Vous aurez ainsi la possibilité d'insérer les images avec une petite, une moyenne et une grande taille, en plus de leurs tailles originales.

Dans le menu **Réglages**, choisissez **Médias**.

Vous pouvez régler les largeurs et les hauteurs voulues pour les trois tailles d'image générées par WordPress.



Réglages des médias

Tailles des images

Les tailles précisées ci-dessous déterminent les dimensions maximales (en pixels) à utiliser lors de l'insertion d'une image dans la médiathèque.

Taille des miniatures	Largeur	<input type="text" value="150"/>
	Hauteur	<input type="text" value="150"/>
	<input checked="" type="checkbox"/> Recadrer les images pour parvenir aux dimensions exactes (par défaut, les miniatures sont proportionnelles)	
Taille moyenne	Largeur maximale	<input type="text" value="300"/>
	Hauteur maximale	<input type="text" value="300"/>
Grande taille	Largeur maximale	<input type="text" value="1200"/>
	Hauteur maximale	<input type="text" value="500"/>

Téléversement des médias

Organiser mes téléversements dans des dossiers mensuels et annuels

- Pour la Taille des miniatures, modifiez si besoin la largeur et la hauteur des images qui doivent être insérées avec une petite taille dans les contenus. Attention, l'option Recadrer

les images... qui est cochée par défaut permet de recadrer, de tronquer les images pour arriver exactement à la taille indiquée. Si vous souhaitez avoir un redimensionnement proportionnel et pas un recadrage, décochez cette option.

- Pour les tailles moyennes et grande tailles, choisissez les dimensions à atteindre par redimensionnement proportionnel dans les champs de saisie largeur maximale et hauteur maximale.

Pour le redimensionnement, si l'image est orientée en portrait, elle sera redimensionnée à une largeur proportionnelle à la **Hauteur maximale** et inversement si elle est orientée en paysage, elle sera redimensionnée à une hauteur proportionnelle à la **Largeur maximale**.

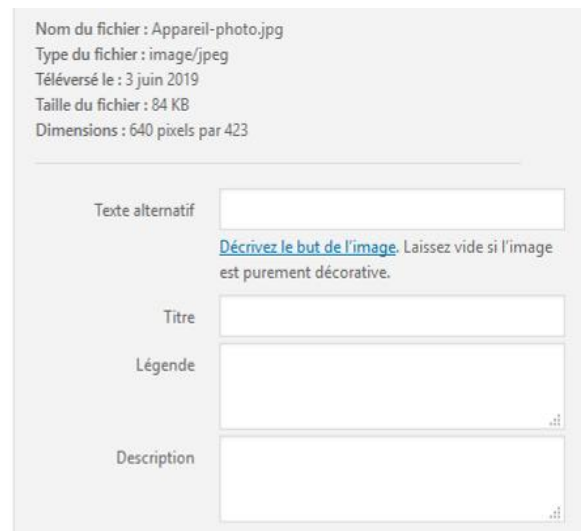
Il est également recommandé de nommer vos médias avec du sens. Le nom des médias est pris en compte pour le référencement de votre site. « Image001 » n'aidera pas votre site à être bien référencé, alors que « Muffins-au-chocolat » donnera une information de qualité aux moteurs de recherche. Evitez les accents, les majuscules et les caractères spéciaux (\$ * # ...) et préférez les tirets pour séparer les mots.

Enfin, pour une question d'esthétique il vaut mieux avoir des images au même format (pour la réalisation d'un diaporama par exemple). Travaillez donc vos images sur votre ordinateur avant de les ajouter dans votre bibliothèque de médias, cela vous fera gagner du temps.

Comment insérer des médias ? Regarder le tuto suivant : <https://bit.ly/361sISI>

Pour chaque image insérée, vous pouvez changer les options de base :

- **Texte alternatif** : Il permet d'ajouter une courte **description** de l'image avec des mots clés supplémentaires. Il est indispensable car il est lu par les moteurs de recherche. Il constitue un texte de remplacement au cas où l'image ne s'afficherait pas, et facilite le référencement. Il sera également lu par les applications pour les malvoyants.
- **Titre**: texte qui s'affiche au survol de la souris. Il n'a pas d'effet sur le référencement des images, c'est par contre un plus en terme d'accessibilité et d'expérience utilisateur. De base, il prend le nom de votre fichier. Contrairement au nom du fichier image, il peut y avoir des accents et des espaces.
- **Légende**: elle correspond au texte affiché sous l'image, elle n'apporte pas de plus-value directe en terme de référencement.
- **Description**: elle sert pour les sites dont le contenu illustratif est primordial, par exemple un portfolio ou un site dédié à l'art ou à la photographie.



Nom du fichier : Appareil-photo.jpg
 Type du fichier : image/jpeg
 Téléversé le : 3 juin 2019
 Taille du fichier : 84 KB
 Dimensions : 640 pixels par 423

Texte alternatif
[Décrivez le but de l'image.](#) Laissez vide si l'image est purement décorative.

Titre

Légende

Description

2. LA PALETTE DE COULEURS

Vous devez construire votre palette de couleurs, composée de 6 couleurs maximum. Elle constitue une partie de votre charte graphique.

Voici quelques outils pour vous aider à les choisir :

- <https://coolors.co/> : création de votre palette de couleurs.
- <https://color.adobe.com/fr/create/color-wheel> : création de votre palette de couleurs.
- <http://colormind.io/bootstrap/> : ce site vous propose un visuel associant vos 5 couleurs.
- <http://www.kitsgraphiques.net/convertisseur-rvb-hexadecimal.html> : outil de conversion de couleurs de l'hexadécimal vers le RVB, et inversement. Cela vous permettra d'avoir les mêmes couleurs sur l'ensemble de vos supports.

Dans cet exemple, le RVB 216, 0, 98 correspond au #D80062

Convertir RVB en Hexadécimal

Rouge :

Vert :

Bleu :

Code hexadécimal :

#D80062

- <https://color.adobe.com/fr/create/color-contrast-analyzer> :

Le contraste de vos couleurs doit être suffisamment élevé pour que tout le monde puisse lire vos textes sans difficulté. On parle d'accessibilité. Ce site va vous l'indiquer en superposant 2 de vos couleurs.

Dans cet exemple, nous voyons que le contraste n'est pas suffisant pour un texte d'une taille de 17 pixels ou moins.

Il faudra changer au moins l'un de ces 2 couleurs.

Plus d'information sur l'accessibilité en page 70.

Couleur du texte

#1D438A

Couleur d'arrière-plan

#00BFB2

Rapport de contraste ?

4.09 : 1

☀️ 

☀️ 

Aperçu

Texte standard

Plus le contraste de couleur est élevé, plus la lecture est facilitée

Texte grande taille

Plus le contraste de couleur est élevé, plus la lecture est facilitée

Composants graphiques

■
●
▲

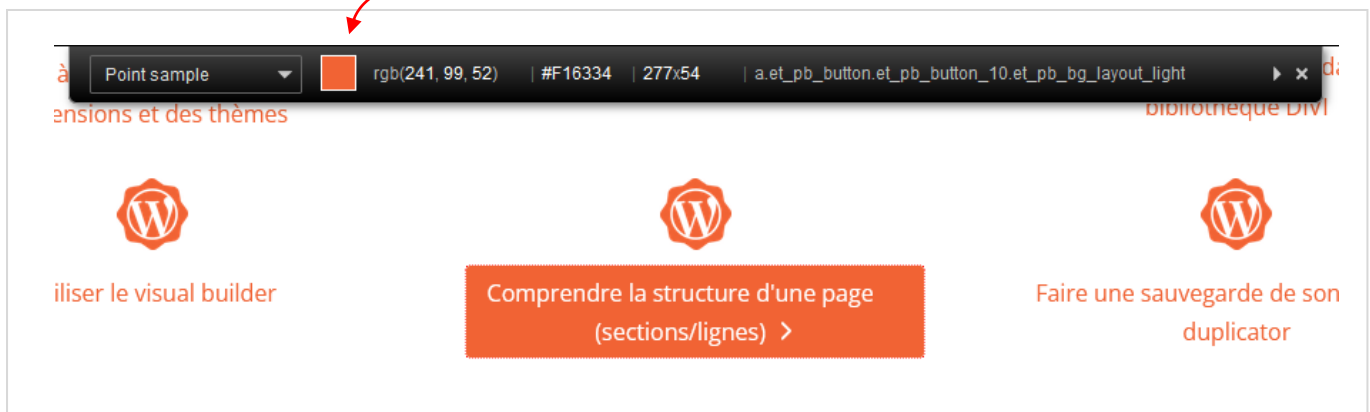
❌ **Échec** pour 17 pt et moins

✅ **Réussite** pour 18 pt et plus / gras 14 pt et plus

✅ **Réussite** pour les icônes et graphismes actionnables

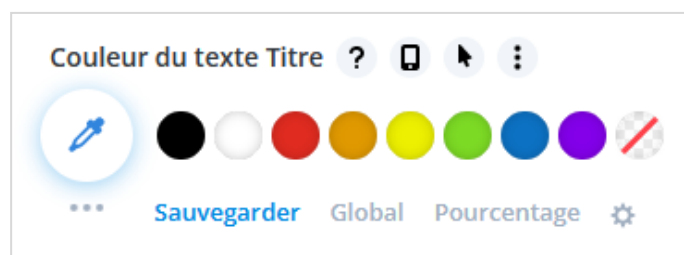
- <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/colorzilla/> : il s'agit d'une extension pour Firefox vous permettant de récupérer les codes d'une couleur qui vous plait sur un site internet.
- <https://chrome.google.com/webstore/detail/colorzilla/bhlhnicpbhignbdhedgihgdocnmhompn> : il s'agit du même outil pour Google Chrome.

Grâce à ces outils, je sais que le code hexadécimal de ce orange est le #F16334



Retrouvez la vidéo « Trouver la référence d'une couleur avec color picker » à l'adresse : <https://bit.ly/3LmNCWO>

Une fois votre palette créée, vous allez pouvoir l'insérer dans WordPress pour avoir vos couleurs sous la main à chaque fois que nécessaire.



Retrouvez la vidéo « Modifier la palette de couleurs par défaut » à l'adresse : <https://bit.ly/3stvSAk>
Vous verrez comment insérer vos propres couleurs.

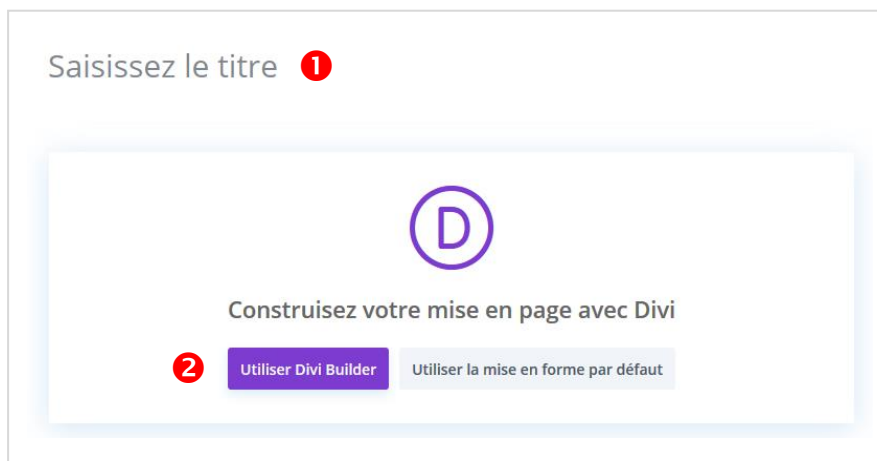
VIII. CREER DES PAGES AVEC DIVI

1. CREER DES PAGES

Créer une nouvelle page en cliquant sur **Pages** ► **Ajouter**.

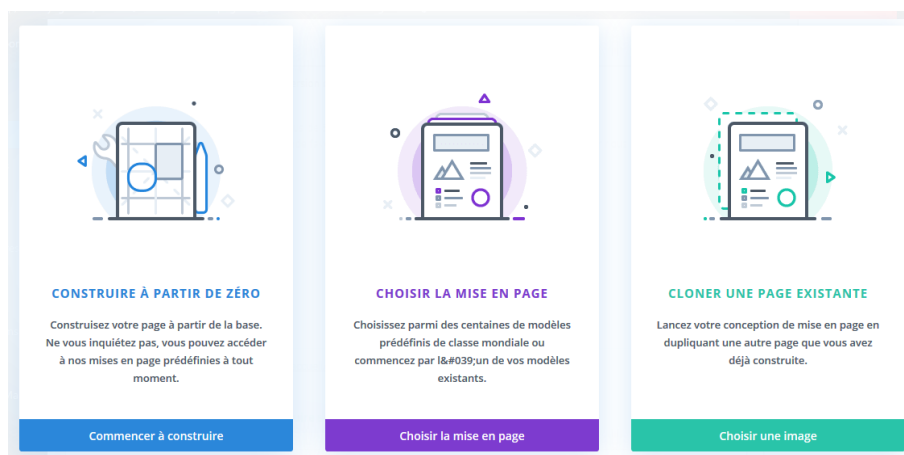
Nommer votre page pour la retrouver facilement en remplissant le champ « Saisissez le titre ». **1**

Cliquer sur **Utilisez Divi Builder** **2** pour l'activer.



DIVI vous propose 3 façons de créer votre page :

- **Construire à partir de 0** : vous partez d'un écran blanc. Idéal si vous aimez la création.
- **Choisir la mise en page** : vous allez construire votre page sur la base d'un modèle (que l'on appelle aussi Template) que vous allez pouvoir personnaliser. Cela vous permet de gagner du temps et de bénéficier de belles mises en page sans trop d'effort.
- **Cloner une page existante** : vous avez aimé l'une de vos précédentes pages ? Vous pouvez la dupliquer pour gagner du temps en reproduisant la mise en forme.



a. Construire à partir de zéro

Vous arrivez sur **Visual Builder**. Il permet de construire vos pages directement à l'écran. Vous pouvez ajouter du contenu, ajuster les paramètres de mise en page et vos modifications apparaissent instantanément.

Lors de prochaines connexion, il vous suffira de cliquer sur le menu en haut de page « **Activer le Visual Builder** »



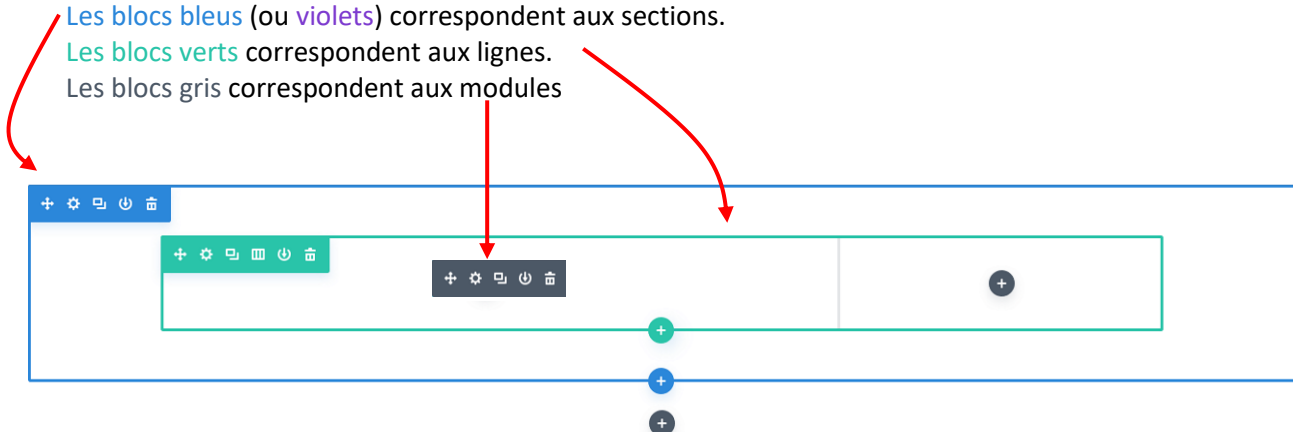
Vous allez pouvoir modifier, ajouter des éléments directement avec le visuel de votre page web. Nous retrouvons ici les éléments blocs de DIVI.

Significations des couleurs



















Les blocs bleus (ou violets) correspondent aux sections.

Les blocs verts correspondent aux lignes.

Les blocs gris correspondent aux modules.

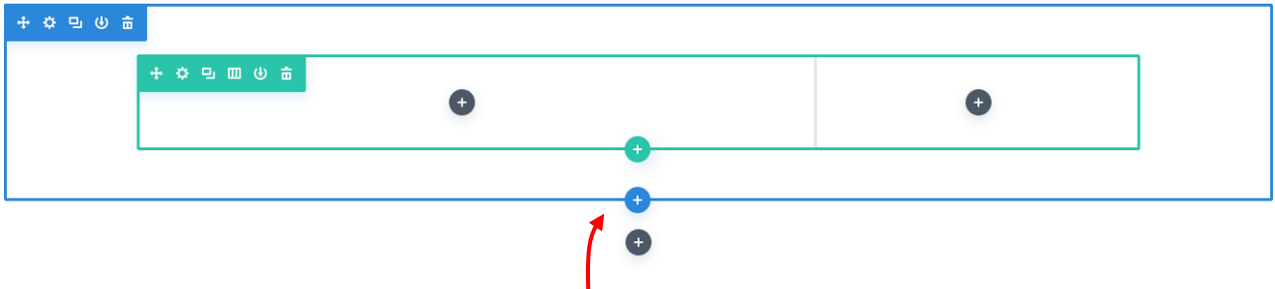


Significations des boutons

- | | | | |
|---|---|---|---|
|  |  |  | Vous permet de déplacer la section, de la ligne ou le module. |
|  |  |  | Vous permet d'aller dans les paramètres de la section, de la ligne ou du module |
|  |  |  | Vous permet de copier la section, de la ligne ou le module. |
|  |  |  | Vous permet de sauvegarder le modèle dans la bibliothèque. |
|  |  |  | Vous permet de supprimer la section, la ligne ou le module. |
|  |  |  | Vous permet d'ajouter une section, une ligne ou un module. |

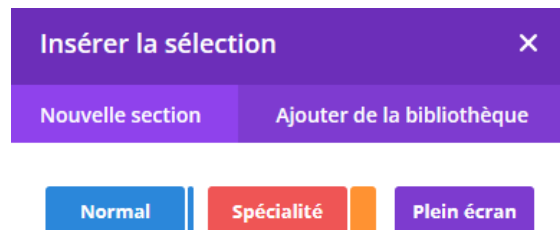
1^{ère} étape : ajouter une section

Les sections correspondent en quelque sorte aux paragraphes d'une page. Vous pouvez ainsi définir des formes différentes selon les paragraphes. Cela peut être le cas par exemple si vous voulez mettre du texte sur une image.

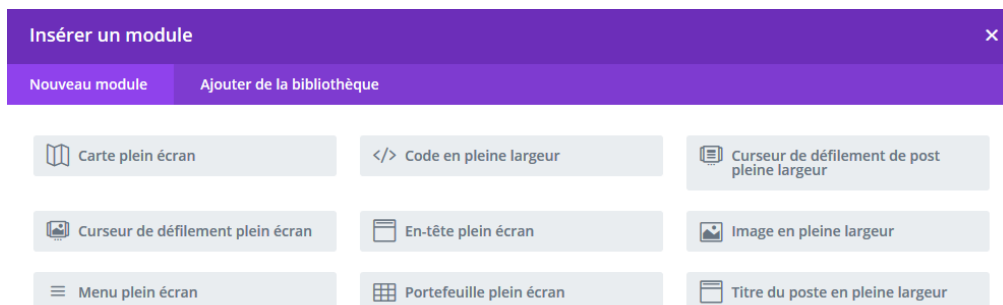


Pour insérer une nouvelle section, cliquez sur  (cela peut être aussi  si la précédente section était une section plein écran.

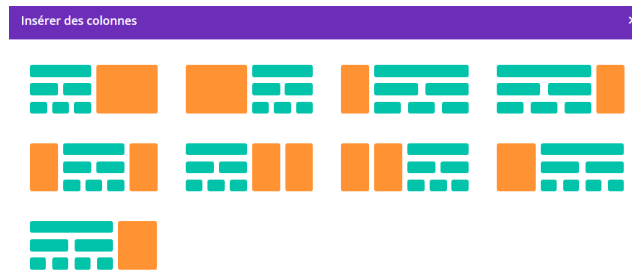
Vous pouvez ajouter des sections :



- **Section standard** : permet d'insérer des modules classiques. Il est possible de mettre cette section en pleine largeur.
- **Section en plein écran** : pour insérer des modules en plein écran, notamment un diaporama. Il y a moins de modules disponibles que pour les sections standard.



- **Section spécialité** : elle vous permet d'insérer des compositions avancées de colonnes.




La zone orange représente votre barre latérale verticale. Vous pouvez ajouter autant de modules ici, dans une seule rangée, et ils couvriront la largeur verticale de la section, adjacente à la structure de colonne que vous construisez à côté. Dans l'autre zone, vous pourrez insérer des rangées supplémentaires à gauche/droite de votre barre latérale. D'une certaine manière, cela peut être considéré comme l'ajout de lignes à l'intérieur des lignes.

2ème étape : Insérez des lignes et des colonnes (section standard)

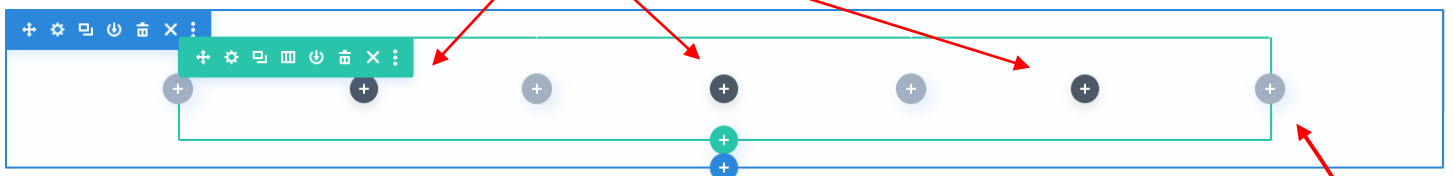



Si vous avez inséré une section standard, vous devez insérer une 1^{ère} ligne.


La ligne (également appelée rangée) va vous permettre de découper votre page de gauche à droite, en un certain nombre de colonnes.


Dans notre exemple, nous allons choisir une ligne de 3 colonnes de taille identique en cliquant sur 

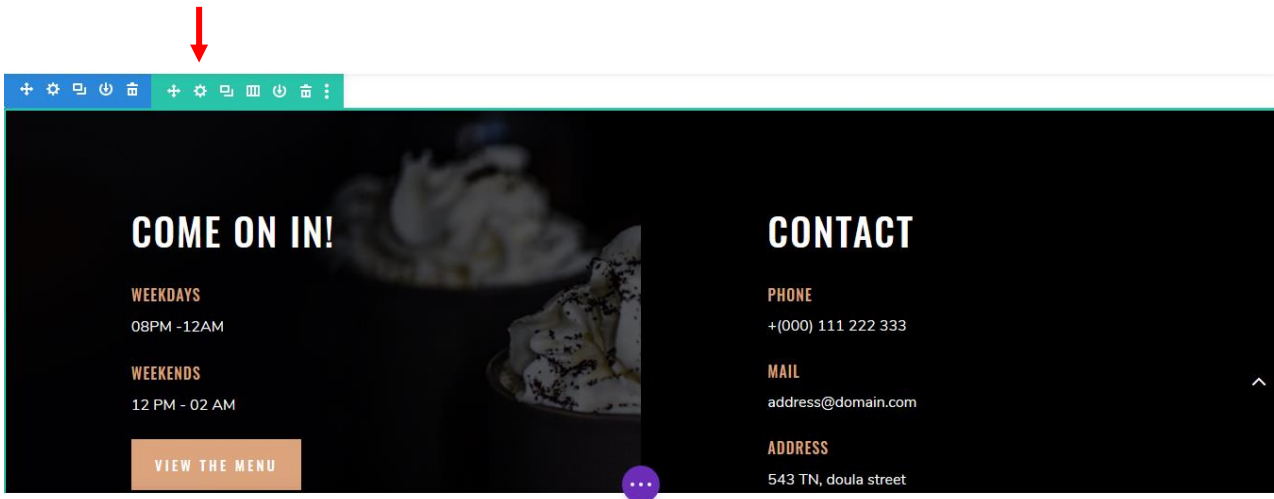
Nous avons bien la ligne avec ses 3 colonnes qui apparaît.



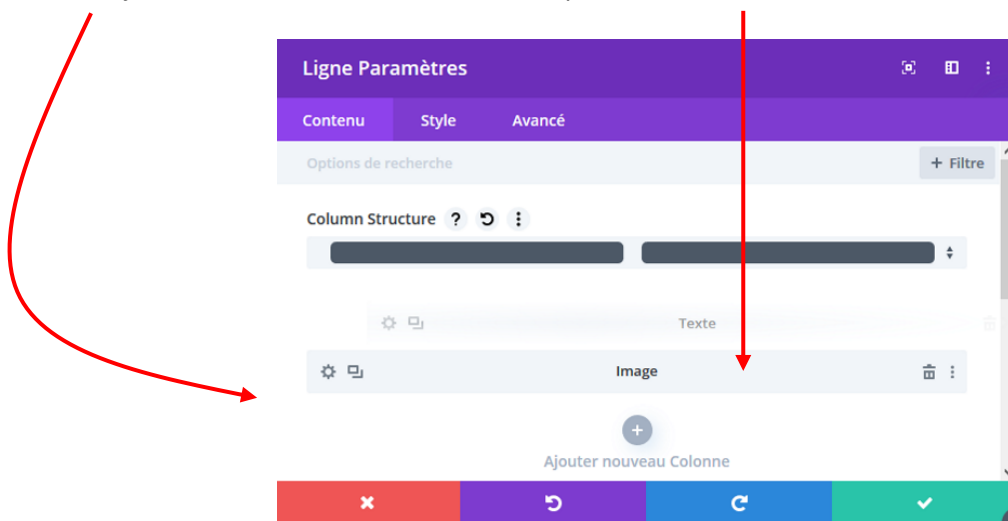
Quand vous passez votre souris sur la ligne, vous pouvez cliquer sur l'icône  pour changer la structure de colonnes.


Vous pouvez également ajouter une colonne en cliquant sur 

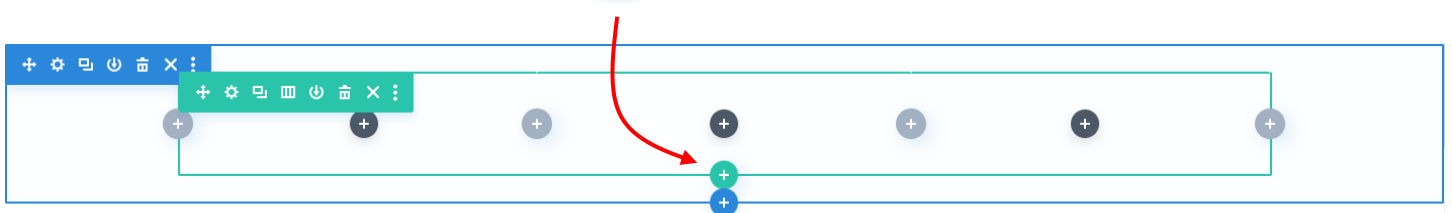
Dernière possibilité pour ajouter des colonnes. Rendez-vous dans les paramètres de la ligne en cliquant sur 



Vous retrouvez ici la structure de votre ligne. Vous pouvez ajouter en direct des colonnes en cliquant sur « Ajouter nouvelle colonne » mais aussi permuter les colonnes selon vos envies.



Pour ajouter une autre ligne, cliquez sur 



3^{ème} étape : Insérez des modules

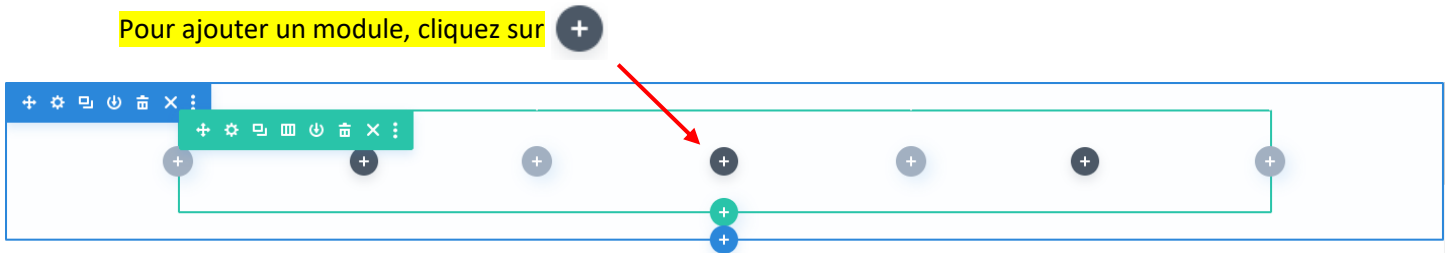
C'est grâce aux modules que vous allez pouvoir mettre votre contenu (texte, images, vidéos ...).

Vous pouvez retrouver une présentation des différents modules à l'adresse suivante :

<https://www.elegantthemes.com/documentation/divi/modules/>

Le site est en anglais mais vous pouvez utiliser Google Chrome pour avoir une traduction.

Pour ajouter un module, cliquez sur +



Vous pouvez avoir également un aperçu des modules sur la page suivante : <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/modules-divi/>

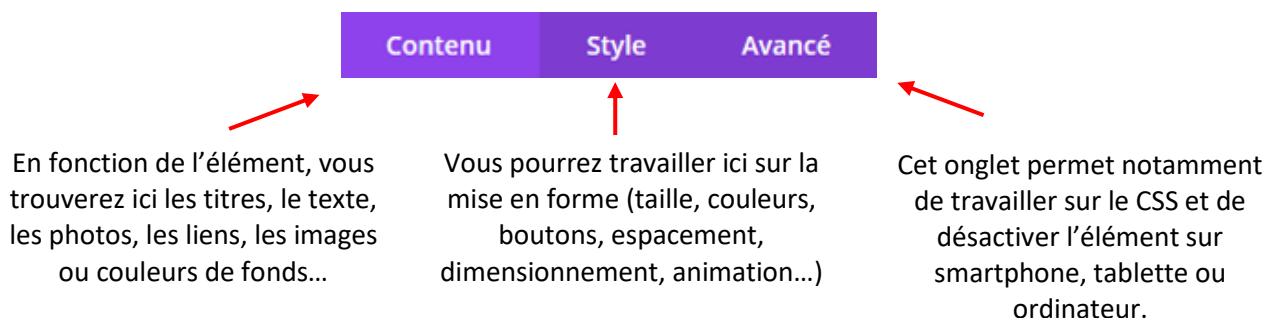
Retrouvez la vidéo « Comprendre la structure d'une page » à l'adresse : <https://bit.ly/3uBLdRZ>

Les paramètres de la section, de la ligne ou du module

Pour modifier un élément, vous devez vous rendre dans les paramètres en cliquant sur l'icône correspondante



Dans chaque élément, vous trouverez 3 onglets :



Bouton Paramètres 🗪 🗪 ⋮

Preset: Défaut ▾

Contenu | **Style** | Avancé

Options de recherche + Filtre

Texte ⤴ ⋮

Bouton

Lire plus

Lien ▾

Étiquette Admin ▾

🗪 | 🔄 | 🔄 | ✓



Cliquez sur la croix pour fermer la fenêtre des paramètres.



Cliquez sur flèche « violette » pour annuler une modification.



Cliquez sur flèche « bleue » pour revenir sur la précédente une modification.

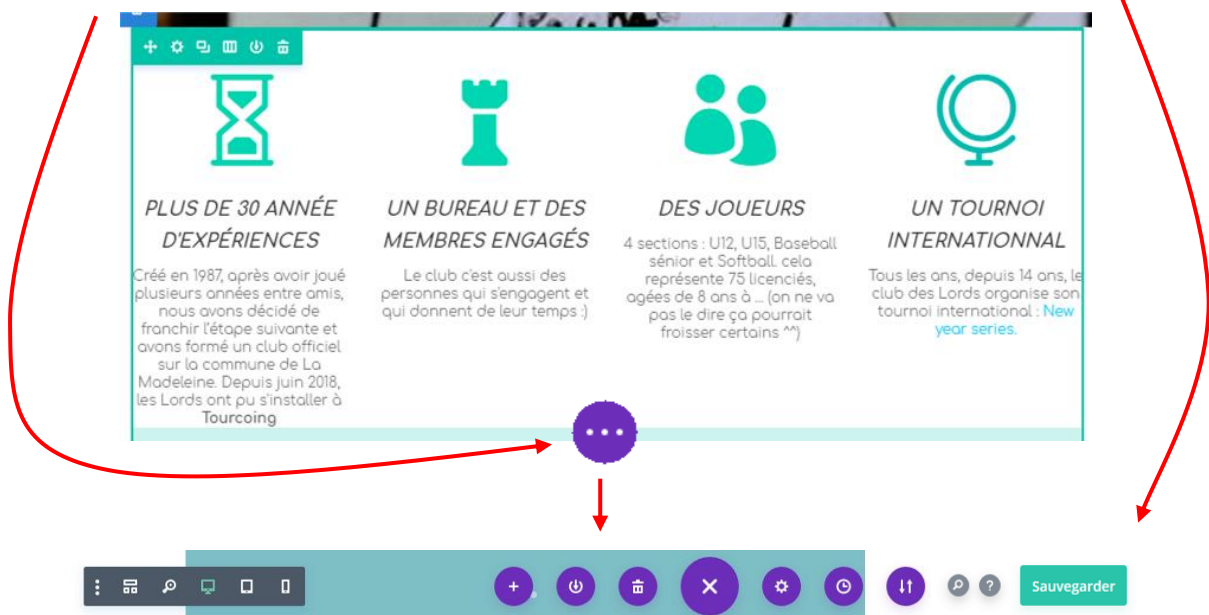


Cliquez sur la case verte pour enregistrer les modifications avant de fermer les paramètres.

Sauvegarder son travail

Veillez à bien sauvegarder votre travail au fur et à mesure.

Cliquez sur le symbole violet ⋮ en bas de votre écran puis sur le bouton « sauvegarder ».





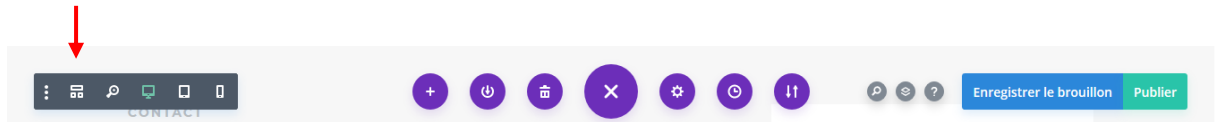
The screenshot shows a visual editor interface with a table of content. At the bottom of the editor, there is a purple menu icon (three dots) and a green 'Sauvegarder' button. A red arrow points from the 'Sauvegarder' button to the purple menu icon, indicating the correct sequence of actions to save the work.

Attention, quand vous travaillez sur le visuel builder, fermez l'onglet avec votre tableau de bord. Il y a un risque de conflit entre les deux onglets et que votre sauvegarde ne soit pas prise en compte.

L'affichage filaire

L'affichage filaire vous permet de travailler vos pages en ayant une vision plus claire des sections, lignes et modules. Vous pouvez également déplacer plus facilement les éléments ou les renommer.

Pour y accéder, rendez-vous dans le visuel builder, cliquez sur la pastille violette  puis sur  tout à gauche.



Vous retrouvez le squelette de votre page.

Utilisez l'icône



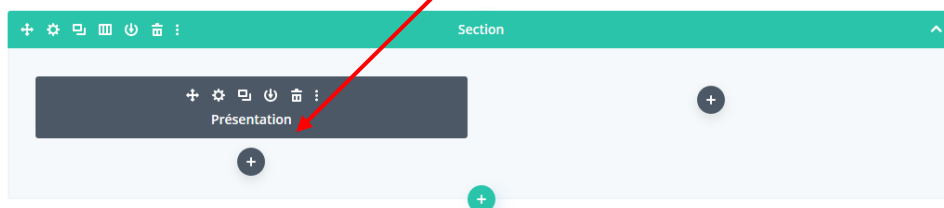
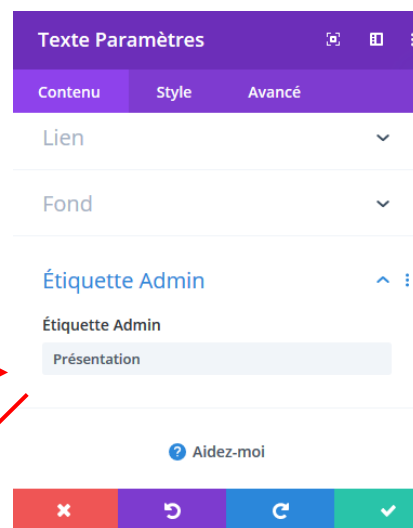
pour déplacer les éléments.



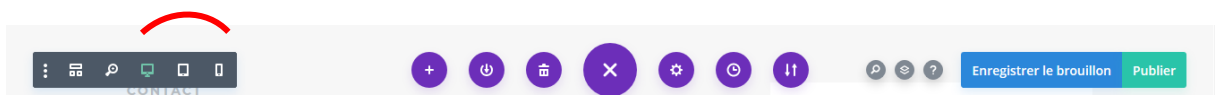
Vous avez du mal à vous y retrouver dans tous ces éléments ?

Vous pouvez les renommer. Pour cela, allez dans les paramètres de l'élément puis dans contenu.

Scrollez tout en bas pour atteindre « Etiquette Admin ». Changez le nom pour vous repérer plus facilement.



A tout moment, vous pouvez revenir sur le visuel ordinateur, tablette ou smartphone en cliquant sur l'icône correspondante.

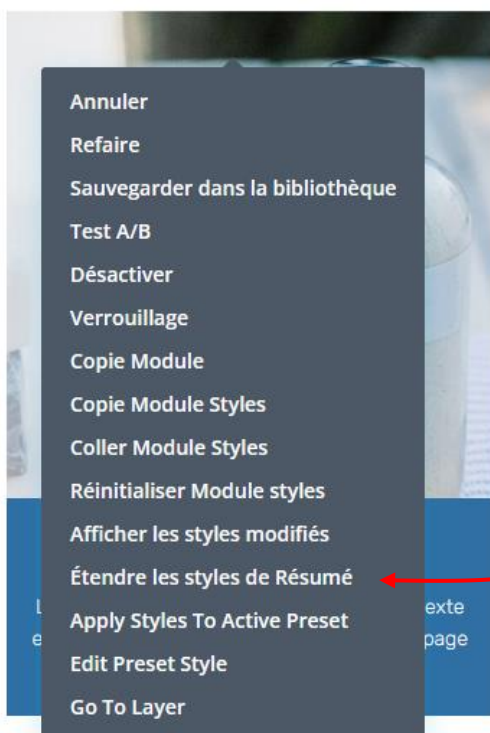


Petites astuces pour gagner du temps dans la création de vos pages

Mettre en forme la totalité des modules peut s'avérer fastidieux. Des solutions existent afin de gagner du temps sur la mise en forme d'éléments de même type sur DIVI.

- **Dupliquer la mise en forme d'un module**

Prenons l'exemple de 3 modules résumé sur une même ligne.



Vous avez enfin trouvé votre mise en forme sur le 1^{er} module (police du titre, du texte et de la couleur de fond) et vous voulez la reproduire pour les autres modules.

Au lieu de refaire les mêmes manipulations, passez votre souris sur le module de la 1^{ère} colonne et faites un clic droit.

Cliquez ensuite sur « **Etendre sur les styles de résumé** ».

Étendre les styles ×

Étendre les styles de ce Résumé à tous Blurbs

Tout au long de

- Cette page
- Cette section
- Cette rangée ✓
- Cette colonne

Étendre

DIVI vous demandera si vous souhaitez étendre la mise en forme de votre module résumé à cette :

- page,
- section,
- rangée/ligne,
- colonne.

Sélectionnez l'option souhaitée puis cliquez sur « Étendre ».

Dans notre exemple, nous allons choisir la rangée pour ne pas impacter les autres modules résumé de la page.

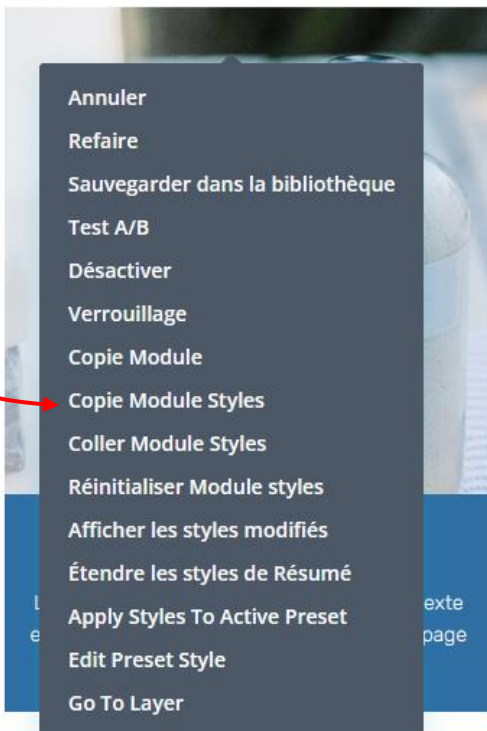
Et voilà !



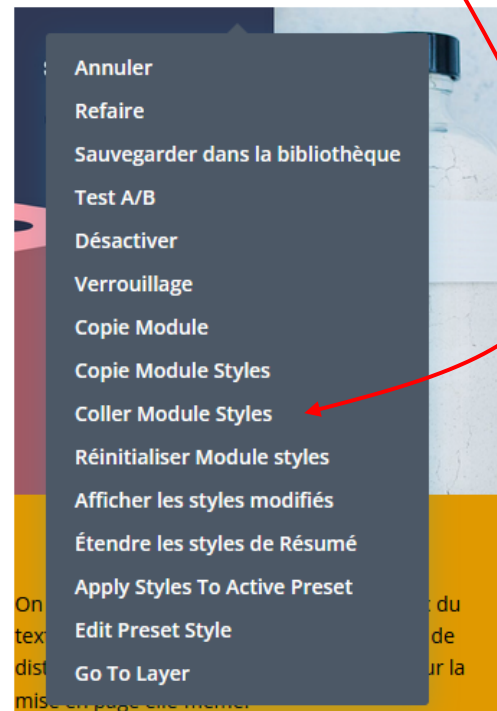
• Copier et coller la mise en forme d'un module

Contrairement à l'astuce précédente, ici nous allons dupliquer la mise en forme un module à la fois.

Passez votre souris sur le module, faites un clic droit puis choisissez « **Copier Modules Styles** ».

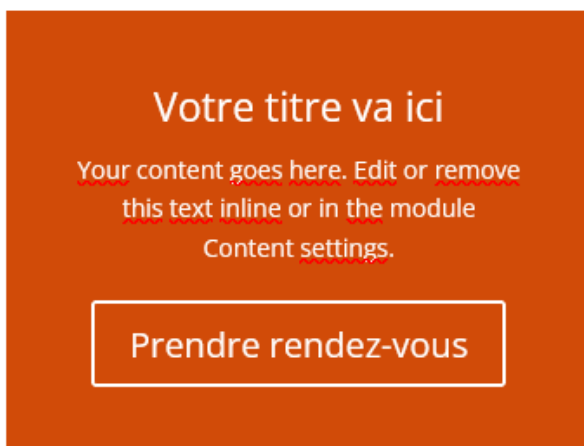


Faites un clic droit sur l'autre module, puis choisissez « **Coller Modules Styles** ».



• Modifier facilement le style des éléments d'un module

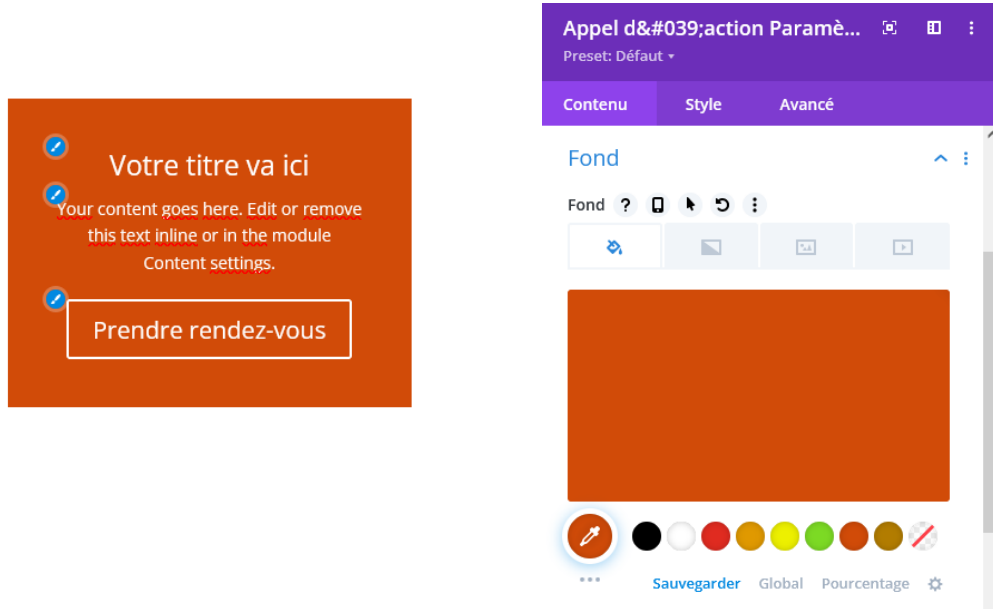
Comment savoir où modifier la taille de la police d'un titre ou la couleur de fond du module ?



Prenez l'exemple de ce module d'appel à l'action.

Vous voulez changer la forme du titre et la couleur du bouton.

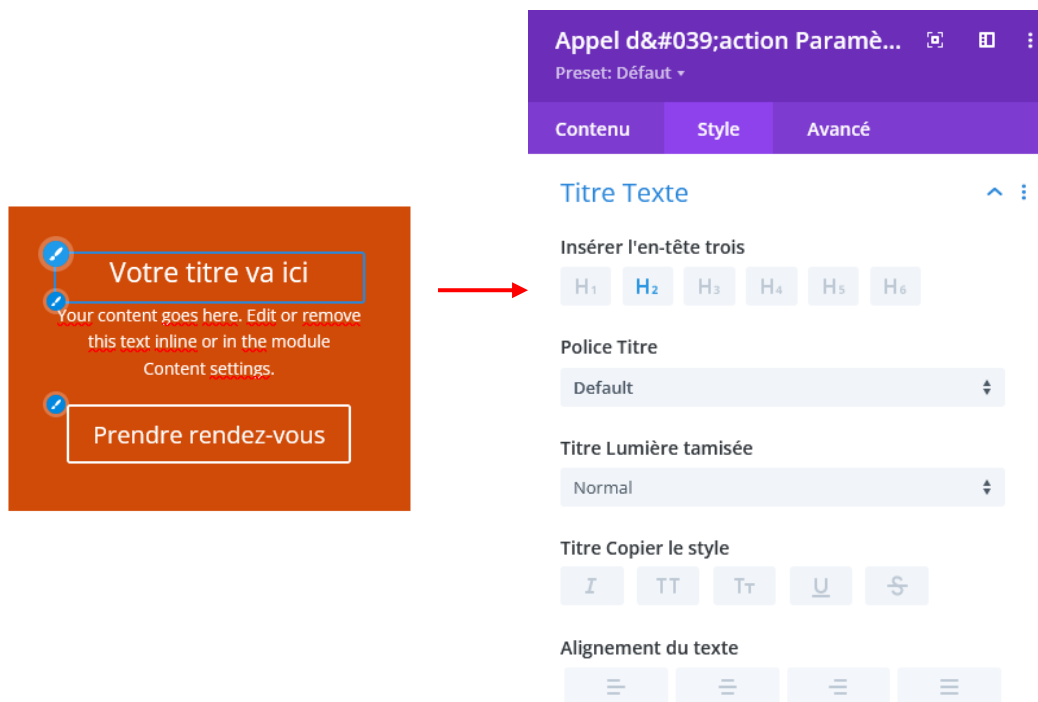
Allez dans les paramètres du module puis passez votre souris sur le module, tout en gardant la fenêtre des paramètres ouverte. De petits crayons bleus vont apparaître



Cliquez sur un crayon, vous allez être redirigé vers l'endroit où vous pourrez modifier le style.

Dans notre exemple, nous cliquons sur le 1^{er} crayon pour modifier le titre. DIVI ouvre l'onglet style et nous montre qu'il s'agit du Titre Texte et plus particulièrement un H2. Vous ne savez pas encore ce qu'est un H2, mais vous savez changer la mise en forme.

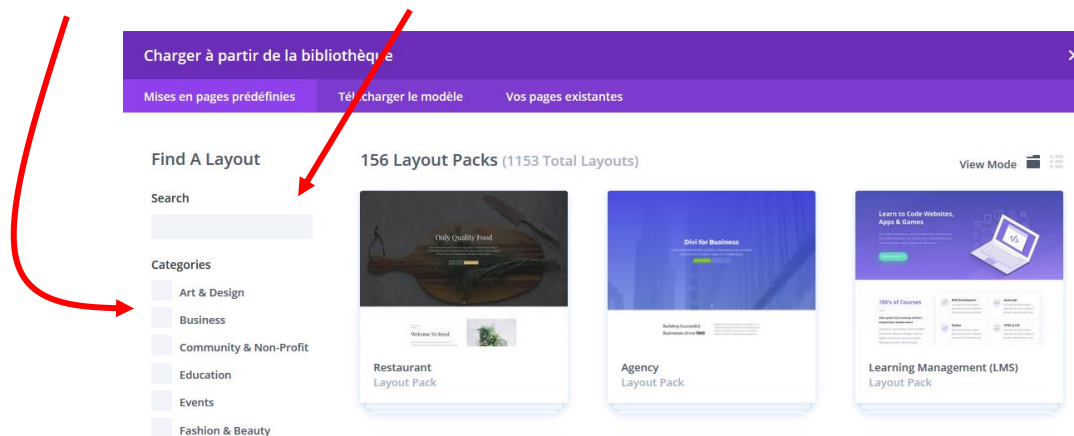
Sans le stylo, vous seriez peut-être allé ailleurs sans résultat.



b. Construire à partir d'un modèle DIVI

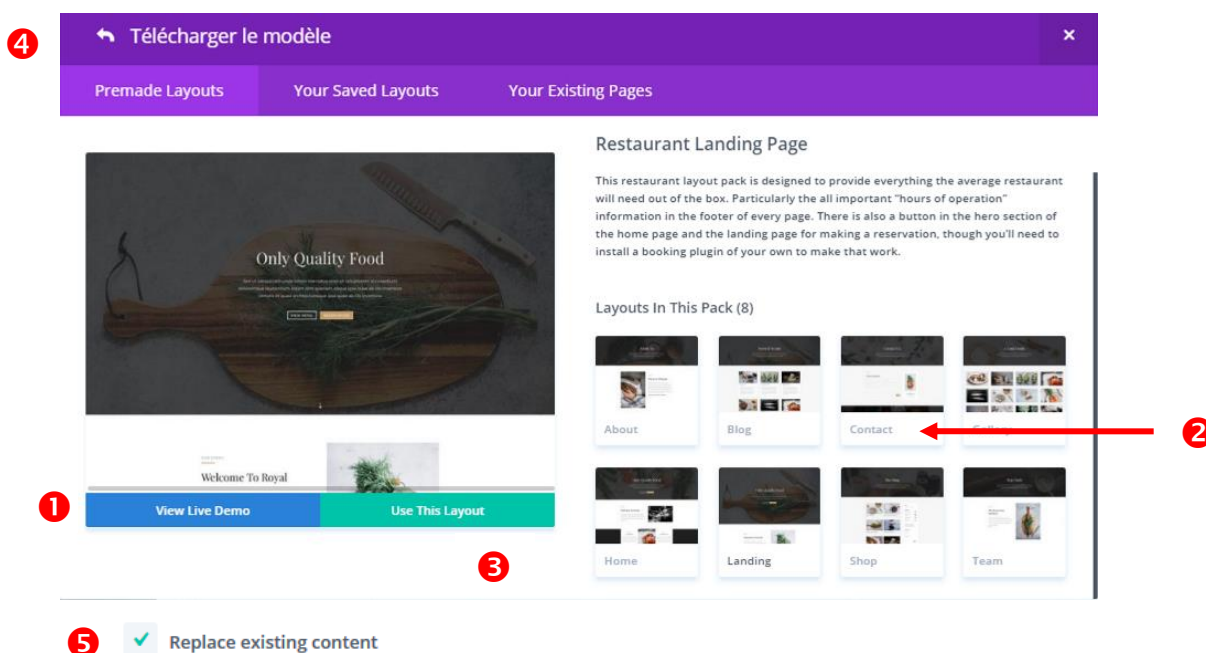
De nombreux modèles sont fournis par défaut dans la bibliothèque DIVI, ce qui permet d'aller très vite dans la construction des pages notamment pour ceux qui manquent d'inspiration.

Vous avez le choix entre plusieurs modèles disponibles : il est possible de faire une recherche par type d'activité, ou de mettre un mot clé.



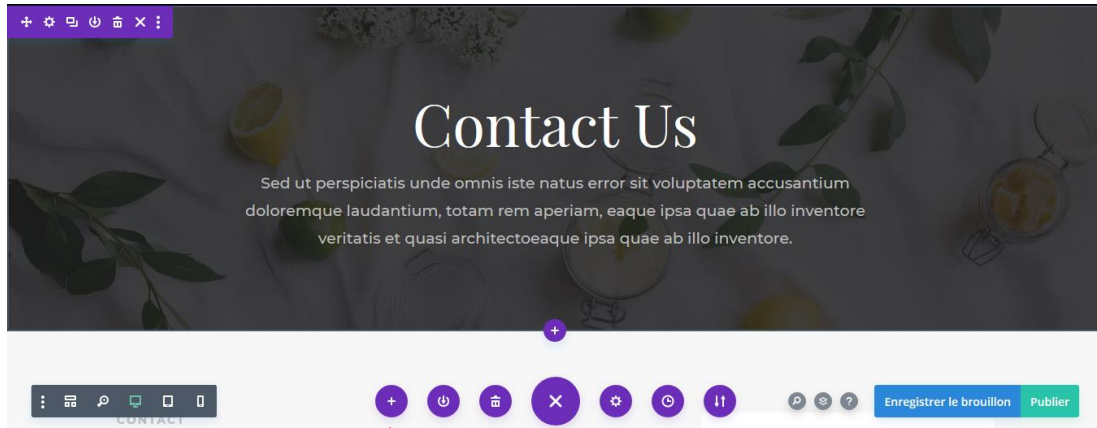
Cliquez sur un modèle, vous pouvez maintenant :


- A. voir une démo en ligne de ce modèle, ①
- B. utiliser un modèle de page en cliquant d'abord sur la page qui vous intéresse ② (par exemple la page contact) puis sur « use this layout » ③
- C. ou choisir d'autres modèles de page en cliquant sur la flèche de retour en arrière ④



Vous pouvez visualiser facilement les templates (layouts) disponibles dans DIVI en cliquant sur l'adresse suivante : <https://www.elegantthemes.com/layouts/>

Sélectionnez un modèle et il se charge directement sur la page. Attention, il se peut que la case « replace existing content/remplacer le contenu existant) » apparaisse. Si vous laissez la case cochée, **5** vous allez perdre tout ce que vous aviez sur la page. N'oubliez donc pas de décocher la case. Le contenu viendra alors à la suite de ce que vous avez.



A tout moment, vous pouvez revenir sur les templates en cliquant sur le 

Retrouvez la vidéo « Utiliser un template DIVI » à l'adresse : <https://bit.ly/33F948i>

c. Construire avec le thème builder

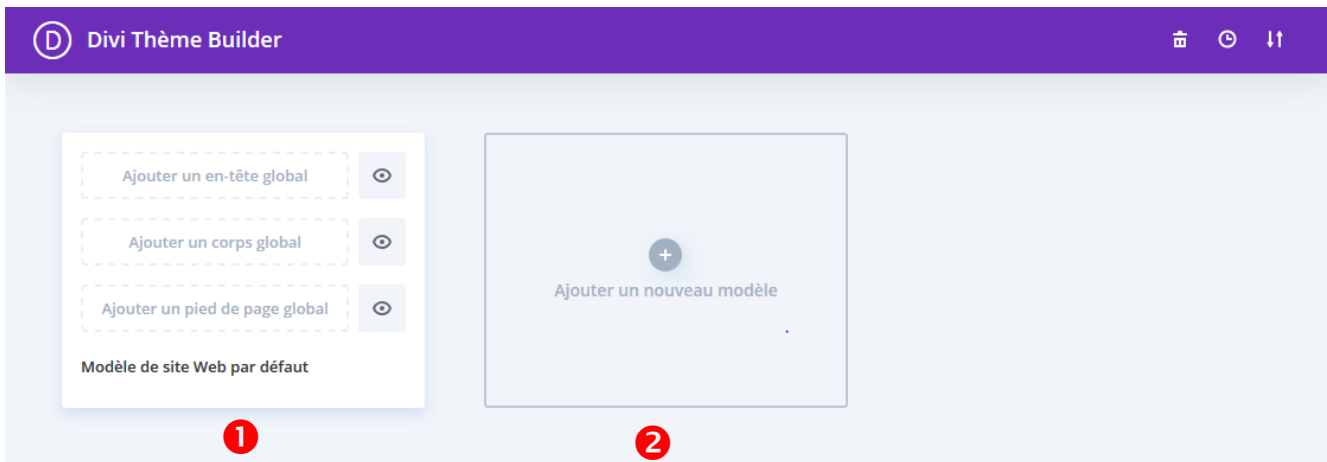
Vous pouvez créer un modèle de page que vous pourrez attribuer à l'ensemble de votre site ou à certaines pages (comme des fiches produits ou des articles de blog).

Dans votre tableau de bord, allez dans **Divi » Thème builder**.

On peut y voir différents blocs permettant de créer des modèles de pages à assigner à tous nos contenus.

Ces blocs sont tous décomposés en 3 sous-blocs :

- **Le header** : l'entête de votre page.
- **Le body** : le corps de votre page, vous y placerez tout votre contenu.
- **Le footer** : le pied de page.



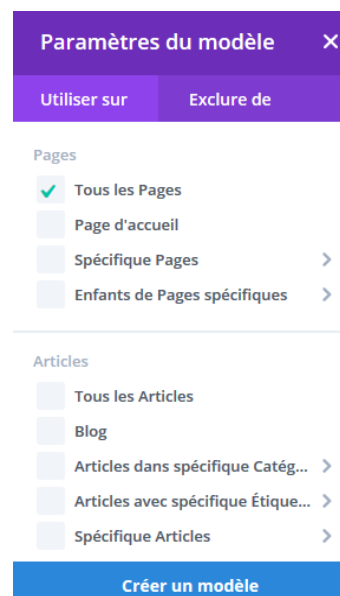
1 Le premier bloc représente le modèle global du site.
Vous pouvez par exemple y définir simplement un menu et un pied de page qui seront utilisés sur toutes les pages du site.

2 Vous pouvez créer autant de modèles que vous le souhaitez à utiliser sur les types de contenu suivant :

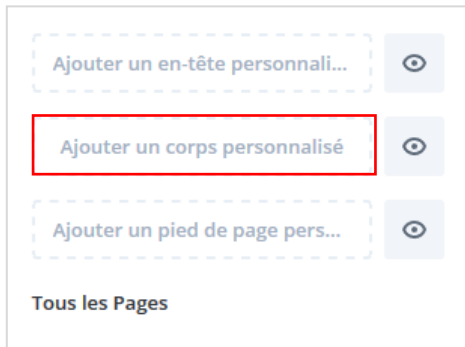
- Uniquement la page d'accueil
- Une page spécifique
- Tous les articles
- La page définie comme votre page de blog
- Une catégorie d'articles particulière
- Un article en particulier
- Un produit en particulier
- Une catégorie de produit en particulier
- La page de résultats de recherche
- La page d'erreur 404
- ...

Il suffit de cocher tous les contenus auxquels vous souhaitez assigner votre modèle de page pour le mettre en forme.
À noter que vous pouvez également choisir d'exclure votre modèle de certains contenus plutôt que de l'assigner manuellement.

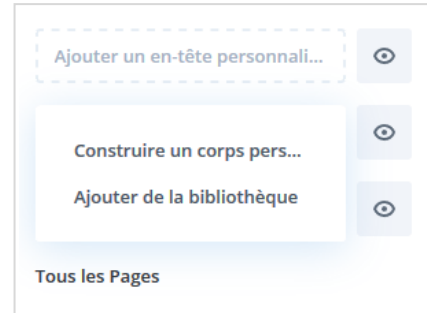
Cliquez sur « Ajouter un nouveau modèle ». Choisissez les contenus auxquels vous souhaitez assigner votre modèle (ici nous avons choisi toutes les pages) puis cliquez sur « créer un modèle ».



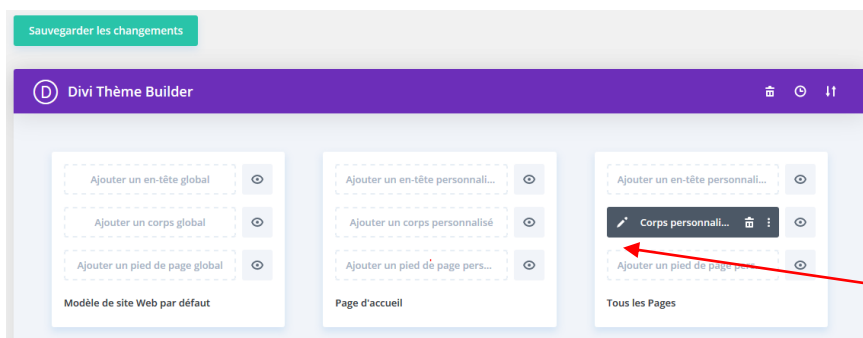
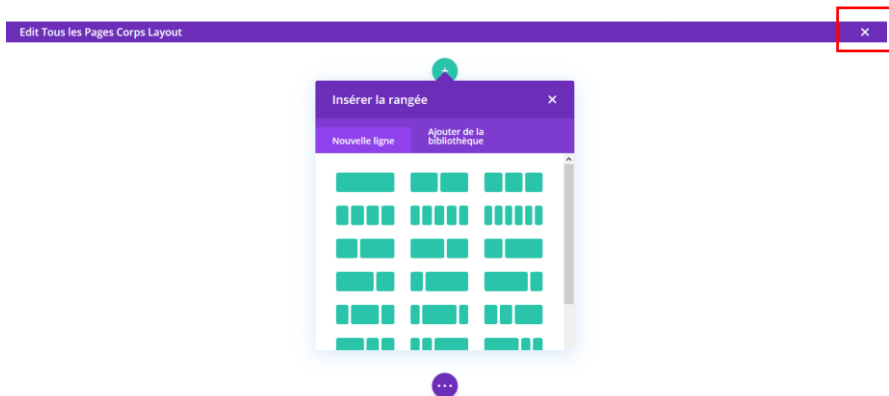
Cliquez ensuite sur « ajouter un corps personnalisé »




Vous avez le choix entre construite à partir de 0 (construire un corps personnalisé) ou en partant d'un modèle (ajouter de la bibliothèque)



Vous arrivez sur l'interface classique de création de page. Pour quitter cette page, cliquez sur la croix en haut à droite.



Vous revenez ensuite sur le thème builder. N'oubliez pas de cliquer sur « sauvegarder les changements ».

Si vous souhaitez modifier votre modèle ultérieurement, il vous suffira de cliquer sur 


Retrouvez la vidéo « créer un pied de page avec le thème builder » sur à l'adresse <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/tutoriels-video/> Vous y trouverez une démonstration du thème builder.

2. CREER UN MODELE DANS LA BIBLIOTHEQUE

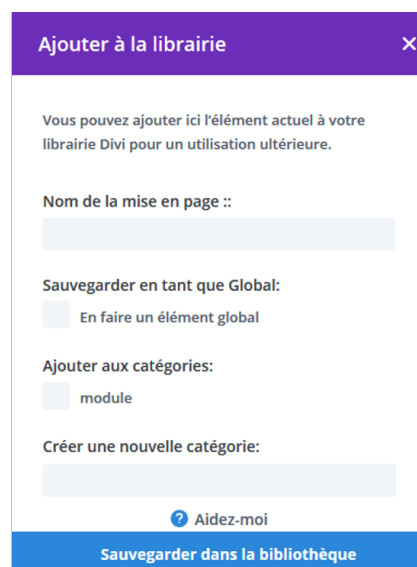
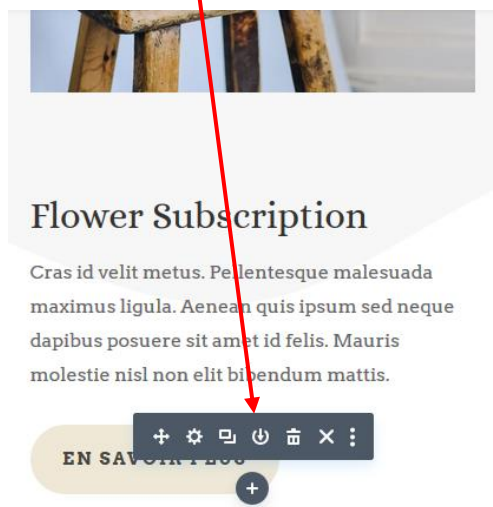
a. Créer un modèle

- Vous pouvez créer un **modèle à partir d'un de vos modules**.

Dans votre page, allez sur le module concerné (dans notre exemple le module « bouton »).

Cliquez sur 

Donnez un nom à votre modèle et si vous le souhaitez, attribuez une catégorie pour le retrouver plus facilement dans vos modèles.



Vous avez remarqué la case « en faire un élément global » ? Si vous utilisez un élément global sur une page A, B et C et que vous le modifiez sur la page A, alors, les pages B et C qui embarquent cet élément seront également modifiées.

Comment faire ensuite la distinction entre un élément classique et un élément global ? L'élément prendra la couleur verte




Vous voulez changer un élément global sur une page sans impacter les autres pages ?

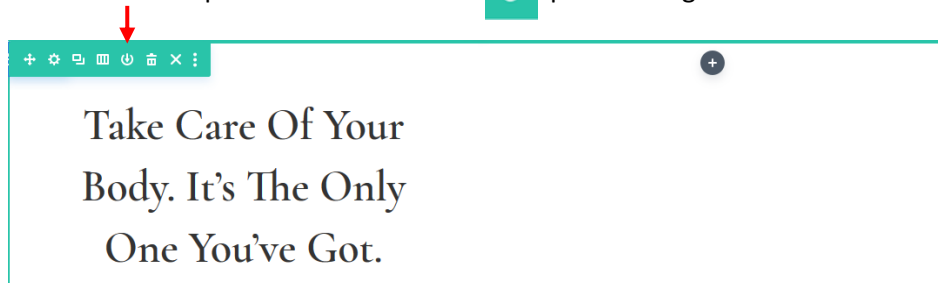
Allez dans l'élément que vous voulez modifier et cliquez sur la flèche verte pour qu'elle devienne rouge.



- Vous pouvez également créer un **modèle à partir d'une ligne**.

Cela vous permettra de sauvegarder plusieurs éléments (modules et formes).

La procédure est la même : passez votre souris sur  pour sauvegarder dans la bibliothèque.



- Pour finir, vous pouvez aussi créer un **modèle à partir d'une section**. 



Vous retrouverez toutes les sauvegardes dans le menu **DIVI ► Bibliothèque DIVI**. Vous pourrez personnaliser les modèles créés. On peut y voir le type de modèle (module, ligne/row et section).

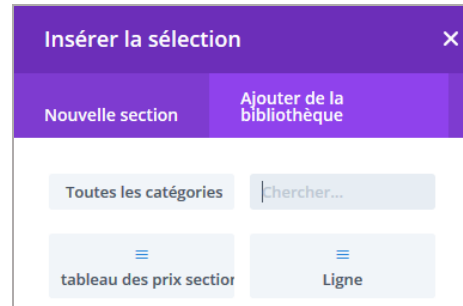
Modèles Add New				
Tous (5) Publiés (5) Corbeille (3)				
Rechercher dans les modèles				
Actions groupées Appliquer All Types All Scopes Toutes les catégories All Packs Filtrer 5 éléments				
<input type="checkbox"/> Titre	Catégories	Type	Global	Date
<input type="checkbox"/> ligne résumé — Divi	—	row		Publié il y a 11 minutes
<input type="checkbox"/> bouton divi — Divi	—	module		Publié il y a 23 minutes
<input type="checkbox"/> Section test — Divi	—	section		Publié il y a 39 minutes

b. Réutiliser les modèles

- Réutiliser un **modèle de section** :

Dans votre page, ajoutez une nouvelle section en cliquant sur puis sur « **Ajouter de la bibliothèque** ».

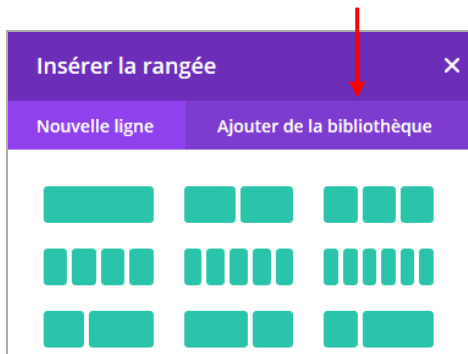
Sélectionnez l'élément que vous voulez insérer.



- Réutiliser un **modèle de ligne** :

Même démarche : dans votre page, ajoutez une nouvelle section en cliquant sur puis sur « **Ajouter de la bibliothèque** ».

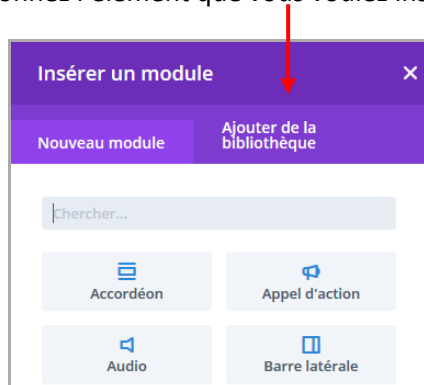
Sélectionnez l'élément que vous voulez insérer.



- Réutiliser un **modèle de module** :

Même démarche : dans votre page, ajoutez un nouveau module en cliquant sur puis sur « **Ajouter de la bibliothèque** ».

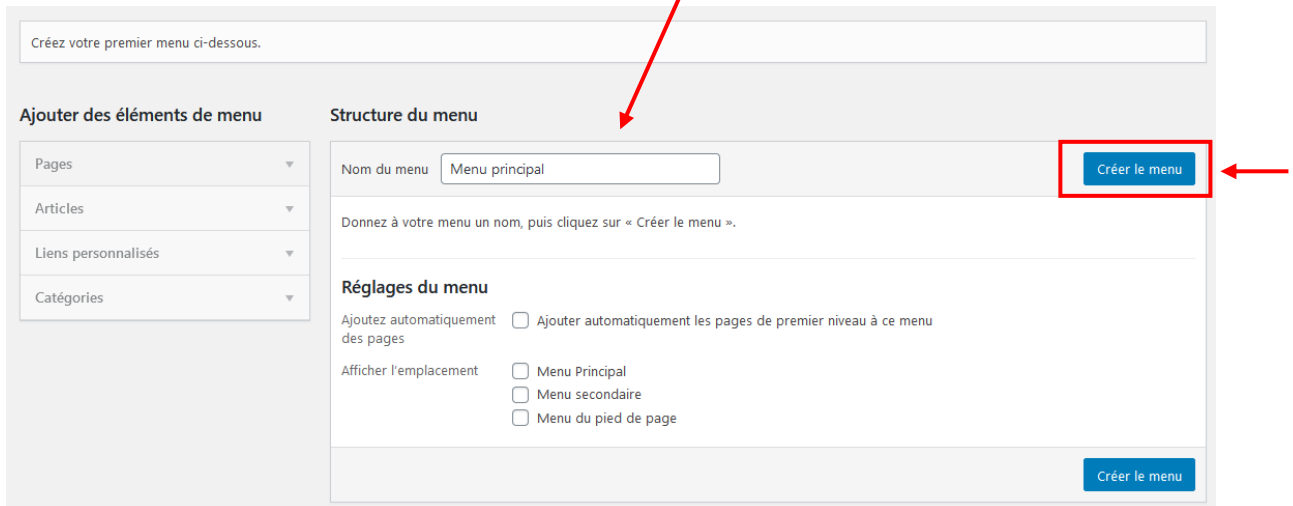
Sélectionnez l'élément que vous voulez insérer.



3. ORGANISER UN MENU

Vous pouvez personnaliser le menu de votre site internet. Pour cela, vous devez vous rendre dans **Apparence ► Menu**.

Pour créer votre premier menu, vous devez d'abord lui donner un nom (menu principal par exemple) puis cliquer sur « créer le menu ».



Créez votre premier menu ci-dessous.

Ajouter des éléments de menu

- Pages
- Articles
- Liens personnalisés
- Catégories

Structure du menu

Nom du menu **Créer le menu**

Donnez à votre menu un nom, puis cliquez sur « Créer le menu ».

Réglages du menu

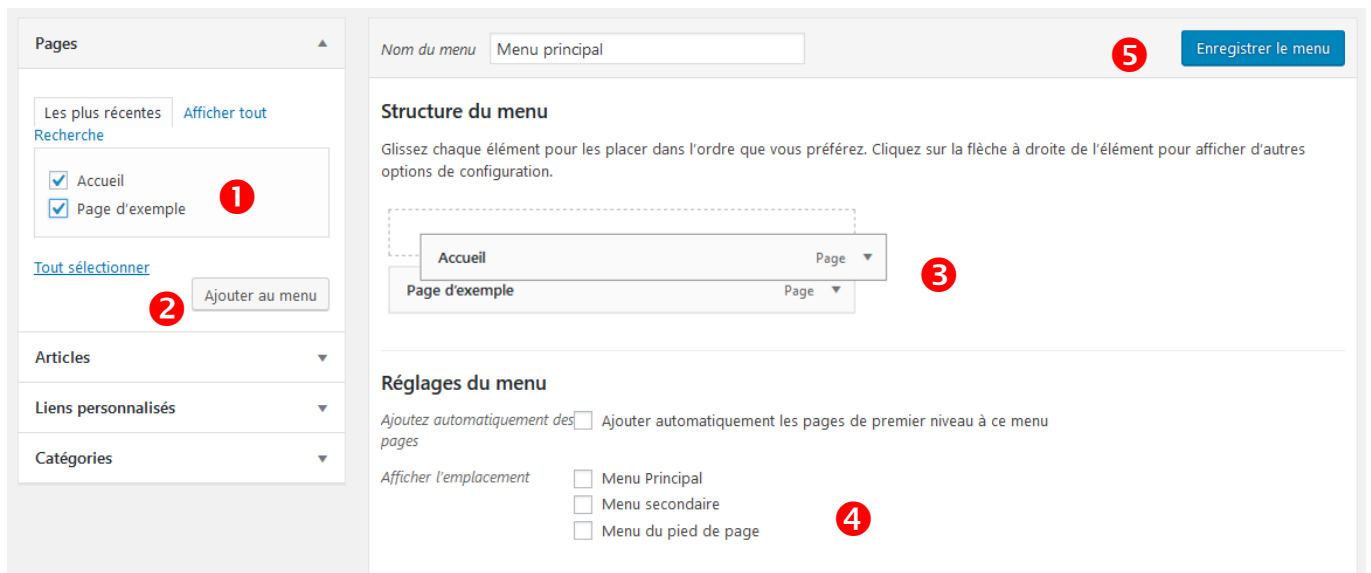
Ajoutez automatiquement Ajouter automatiquement les pages de premier niveau à ce menu des pages

Afficher l'emplacement Menu Principal Menu secondaire Menu du pied de page

Créer le menu

De base, vous pouvez insérer 4 types d'éléments dans votre menu :

- Des pages : attention, **une page doit être publiée pour apparaître dans le menu.**
- Des articles de blog.
- Des liens personnalisés : vous avez la possibilité d'ajouter un lien qui pointe sur l'une de vos pages ou sur un autre site web.
- Des catégories (pour des produits, des photos ...).



Pages **5** **Enregistrer le menu**

Structure du menu

Glissez chaque élément pour les placer dans l'ordre que vous préférez. Cliquez sur la flèche à droite de l'élément pour afficher d'autres options de configuration.

Accueil Page **3**

Page d'exemple Page

Réglages du menu

Ajoutez automatiquement des Ajouter automatiquement les pages de premier niveau à ce menu pages

Afficher l'emplacement Menu Principal Menu secondaire Menu du pied de page **4**

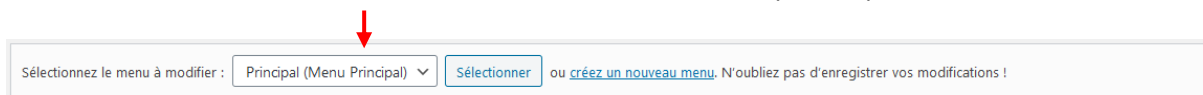
Depuis les encadrés **Pages, Articles et Catégories** **1** ajoutez les éléments souhaités à faire apparaître dans le menu en les cochant puis cliquez sur le bouton « **Ajouter au menu** » **2** de l'encadré concerné. Ils apparaîtront à droite, cela sera votre menu. Si vous ne voyez pas toutes vos pages, cliquez sur « Afficher tout ».

Si nécessaire, arrangez **l'ordre et la hiérarchie** des éléments du menu en les glissant **3** à l'aide du clic gauche de votre souris. En décalant l'élément un peu vers la droite vous créez un menu déroulant.

Choisissez également l'emplacement **4** de votre menu : principal/primaire, secondaire ou en pied de page. Vous pouvez créer des menus différents selon l'emplacement (ex : panier et contact dans le menu secondaire, accueil, services et tarifs dans le menu principal) ou mettre un menu identique à plusieurs emplacements.

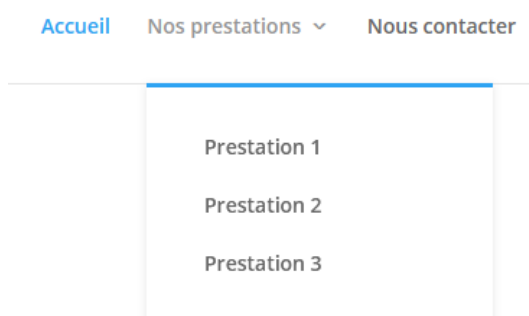
N'oubliez pas de cliquer sur le bouton « **Enregistrer le menu** » **5** pour valider les changements apportés.

Pour modifier un menu, sélectionnez-le dans le menu déroulant puis cliquez sur « **Sélectionner** ».



Insérer un lien personnalisé

Un lien personnalisé va vous permettre de faire plusieurs choses, notamment celui de mettre un titre non cliquable. Prenons l'exemple suivant : le menu est constitué d'un onglet « Nos prestations ». Lorsqu'un internaute passe la souris sur l'onglet, 3 sous-onglets apparaissent.



Si l'onglet « Nos prestations » est une page et que l'internaute clique dessus, il ira sur la page correspondante. S'il n'y a aucun contenu sur cette page ou juste des boutons revoyant vers les prestations, l'internaute aura fait un clic inutile et pourrait quitter le site.

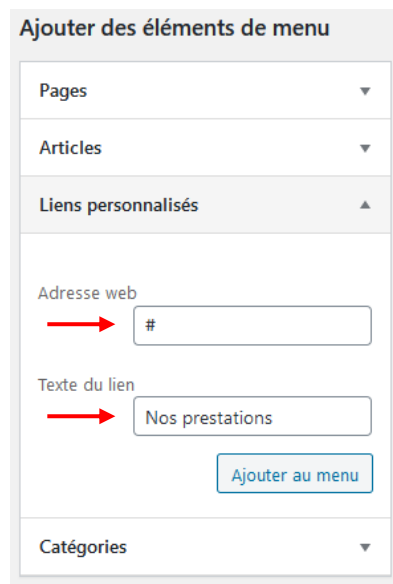
Si l'onglet « Nos prestations » est un lien personnalisé et que l'internaute clique dessus, nous pourrions faire un paramétrage pour qu'il ne se passe rien.

Comment faire ?

Allez dans « Liens personnalisés » et indiquez les éléments suivants :

- Adresse web : **#**
- Texte du lien : **Nos prestations**

Cliquez sur « Ajouter au menu ». Nous voyons que le bloc « Nos prestations » est bien un lien personnalisé. Réorganisez votre menu en mettant les pages prestation 1 et suivantes dans « Nos prestations ». N'oubliez pas d'enregistrer les changements.

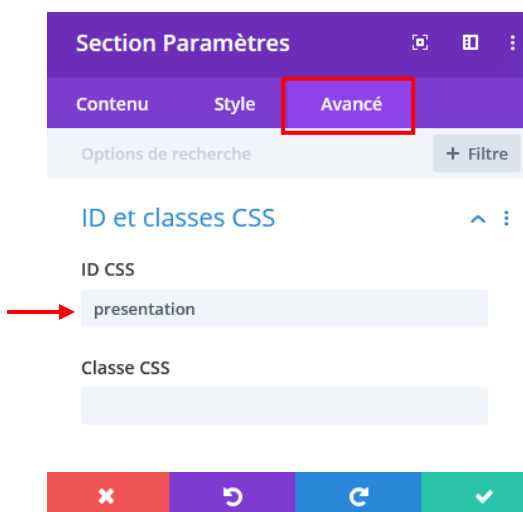


Créer une ancre

Une ancre est un lien qui vous amène à un endroit bien précis sur une page. C'est une manipulation qui est utilisée notamment pour avoir un site en 1 page (one page). Tout le contenu d'un site est dans une seule page (la page d'accueil). Quand on clique sur un onglet du menu, on arrive à un endroit précis sur la page (ex : <https://www.canard-street.fr/>)

L'ancre consiste à associer un onglet de votre menu à une section ou une ligne de votre site internet.

Etape 1 : ajouter un ID sur la section/ligne



Allez dans les réglages de la section/ligne concernée.

Allez ensuite dans l'onglet « **Avancé** » et ajoutez un contenu dans **ID CSS**. Nous vous conseillons de ne mettre qu'un mot, sans accent, sans majuscule.

Dans notre exemple, nous avons mis « presentation ».

N'oubliez pas de sauvegarder et quittez.

Etape 2 : ajouter un lien personnalisé dans le menu

- Allez dans **Apparence** ► **Menu** et sélectionnez votre menu.

- Cliquez ensuite sur **liens personnalisés** pour créer un onglet **1**

Dans l'adresse web, **collez le permalien (URL) de la page** où se trouve la section/ligne **et ajoutez # suivi du nom que vous avez donné à votre section/ligne.** **2**

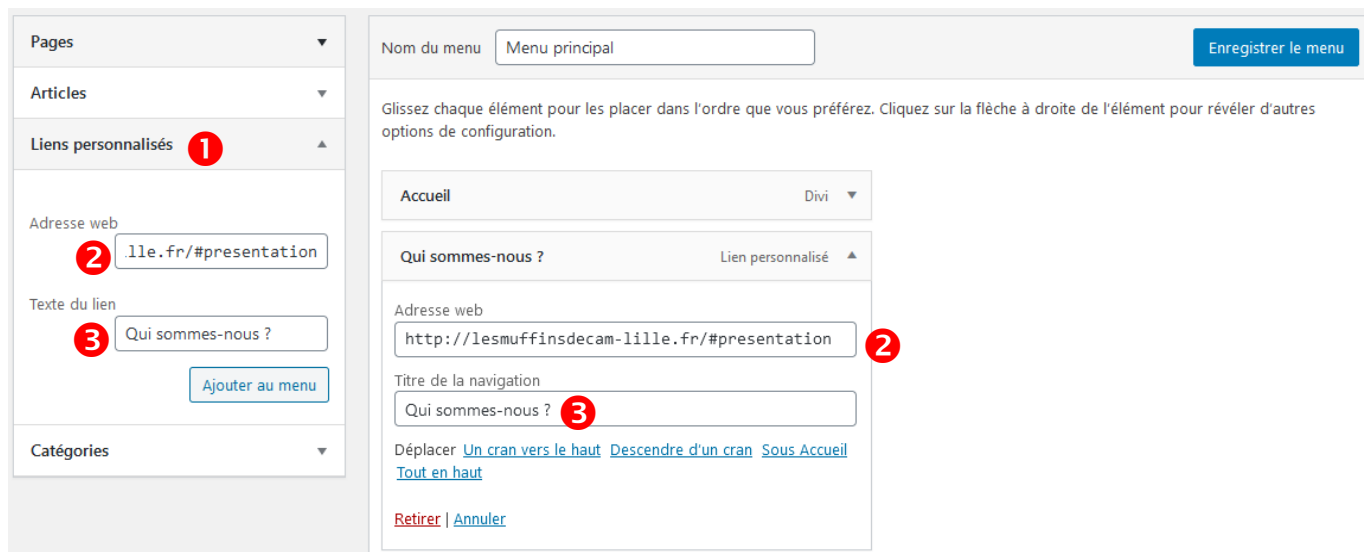
Dans notre exemple, cela va donner /#presentation

Vous pouvez retrouver votre permalien de 2 façons :

- Dans la barre d'adresse de votre navigateur quand vous êtes sur votre page (attention, vous ne devez pas être sur le visuel builder).
- Quand vous êtes dans votre tableau de bord, à droite de votre page.

- Ajoutez ensuite le titre de l'onglet dans le « **titre de la navigation** » **3** C'est ce titre qui apparaîtra dans votre menu.

- Cliquez sur « ajouter au menu » pour intégrer ce nouvel onglet à votre menu



The screenshot shows the WordPress menu editor. On the left, a sidebar contains a list of menu items: 'Pages', 'Articles', 'Liens personnalisés' (highlighted with a red circle 1), and 'Catégories'. The main area is titled 'Menu principal' and has an 'Enregistrer le menu' button. Below the title, there is a text box with instructions: 'Glissez chaque élément pour les placer dans l'ordre que vous préférez. Cliquez sur la flèche à droite de l'élément pour révéler d'autres options de configuration.' Below this, there are two menu items. The first is 'Accueil' with a 'Divi' dropdown. The second is 'Qui sommes-nous ?' with a 'Lien personnalisé' dropdown. This second item is expanded to show its configuration: 'Adresse web' (containing 'http://lesmuffinsdecam-lille.fr/#presentation' with a red circle 2), 'Titre de la navigation' (containing 'Qui sommes-nous ?' with a red circle 3), and navigation links: 'Déplacer Un cran vers le haut', 'Descendre d'un cran', 'Sous Accueil', and 'Tout en haut'. At the bottom of the configuration box are 'Retirer' and 'Annuler' buttons.

Dans notre exemple, cela donne


Adresse web : <http://lesmuffinsdecam-lille.fr/#presentation>

Titre de la navigation : Qui sommes-nous ?

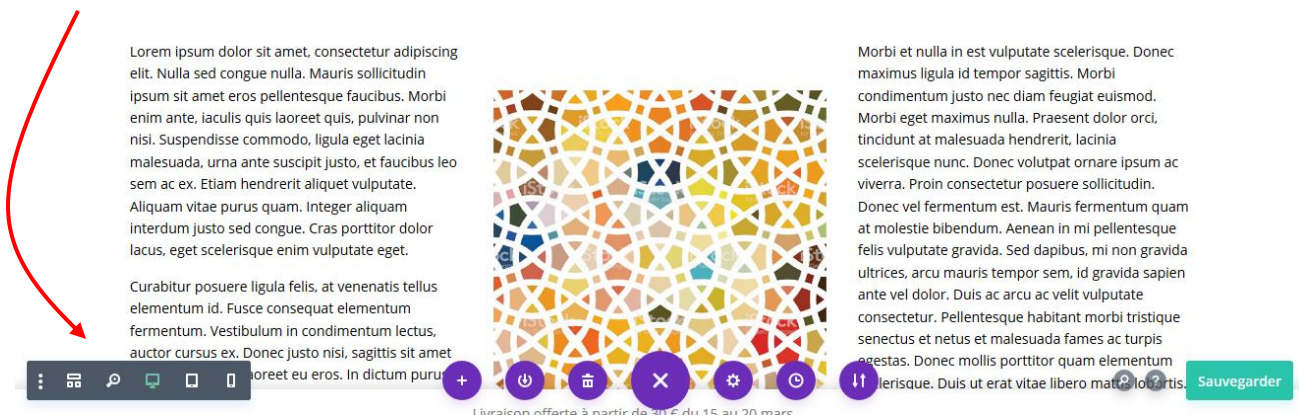
Retrouvez les tutoriels vidéo sur la création des menus à l'adresse suivante : <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/tutoriels-video/> : ajouter un lien dans le menu, ajouter une ancre, créer un menu principal avec le thème builder ...

4. FAIRE UN SITE RESPONSIVE DESIGN

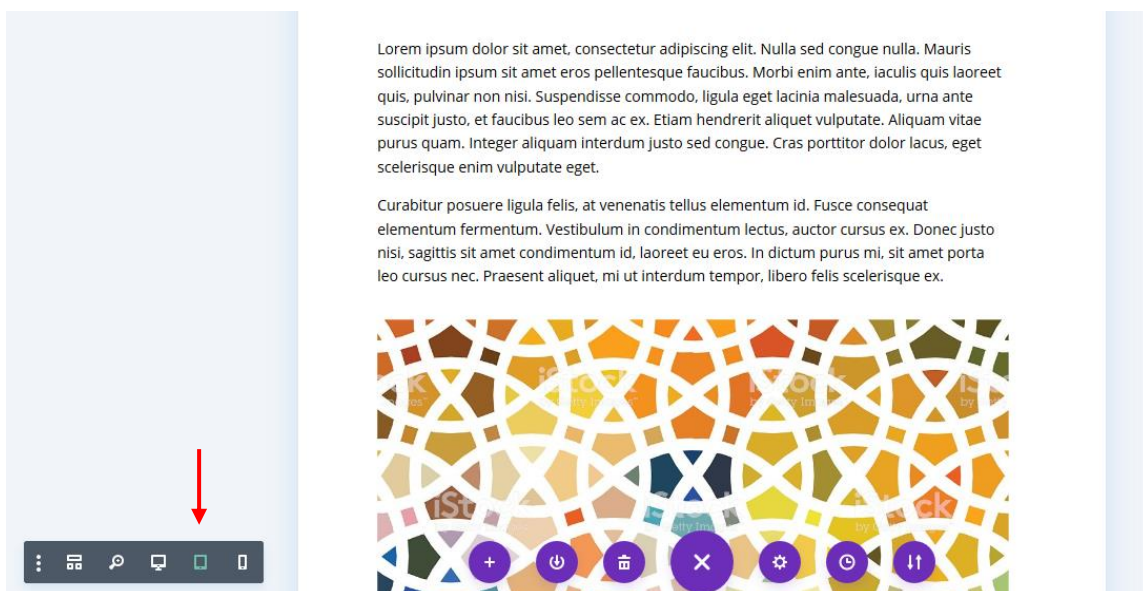
Votre site internet doit être responsive design, c'est-à-dire qu'il doit s'adapter à chaque type de support : ordinateur (desktop), tablette et smartphone.

Vous travaillez votre site sur la version ordinateur. Savez-vous ce qu'il donne sur les autres supports ? Pour en avoir un aperçu, allez sur une de vos pages puis activez le visual builder. Cliquez sur 

En bas à gauche, vous avez une barre qui est apparue. Elle vous permet de choisir le support. De bas, vous êtes sur la version ordinateur.



Version tablette



Version smartphone



La version smartphone du visuel builder ne correspond pas totalement à la réalité. La meilleure façon de vous rendre compte du rendu est de vous connecter directement à votre site sur votre smartphone.

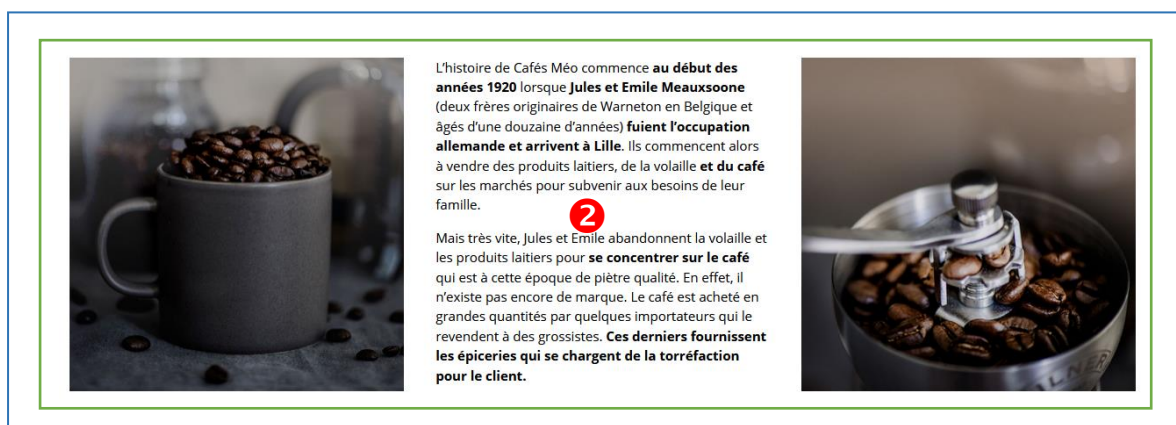
Comment cela va s'afficher sur téléphone et sur tablette ?

WordPress et DIVI sont déjà responsive design mais il faut savoir comment l'adaptation se fait. Les éléments vont s'afficher et défiler de la manière suivante : ligne par ligne, colonne par colonne. Il n'y a généralement qu'une colonne sur le smartphone et la tablette.

Prenons quelques exemples.

Exemple 1

Nous avons 1 section avec 1 ligne avec 3 colonnes : image 1 – texte 2 – image 3



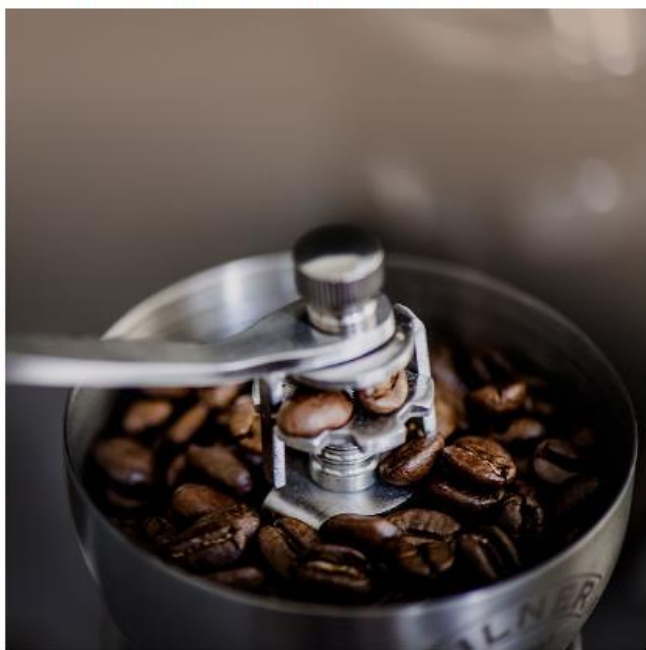
Comme il n'y a qu'une seule colonne, nous allons avoir l'image 1, puis le texte 2 et enfin l'image 3

Sur tablette



L'histoire de Cafés Méo commence **au début des années 1920** lorsque **Jules et Emile Meuxsoone** (deux frères originaires de Warneton en Belgique et âgés d'une douzaine d'années) **fuient l'occupation allemande et arrivent à Lille**. Ils commencent alors à vendre des produits laitiers, de la volaille **et du café** sur les marchés pour subvenir aux besoins de leur famille.

Mais très vite, Jules et Emile abandonnent la volaille et les produits laitiers pour **se concentrer sur le café** qui est à cette époque de piètre qualité. En effet, il n'existe pas encore de marque. Le café est acheté en grandes quantités par quelques importateurs qui le revendent à des grossistes. **Ces derniers fournissent les épiceries qui se chargent de la torréfaction pour le client.**



Sur smartphone



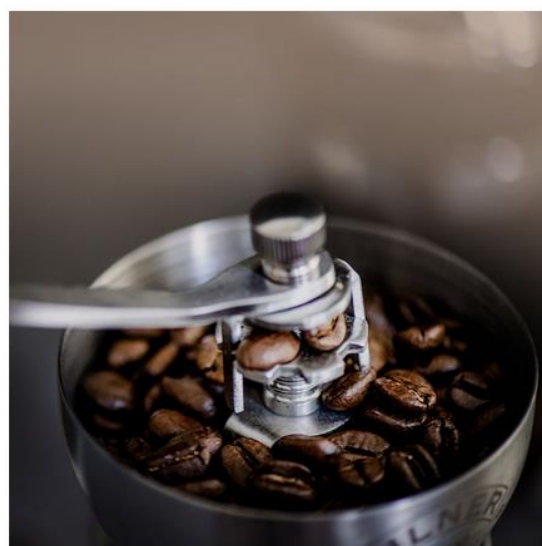
1

L'histoire de Cafés Méo commence **au début des années 1920** lorsque **Jules et Emile Meuxsoone** (deux frères originaires de Warneton en Belgique et âgés d'une douzaine d'années) **fuient l'occupation allemande et arrivent à Lille**. Ils commencent alors à vendre des produits laitiers, de la volaille **et du café** sur les marchés pour subvenir aux besoins de leur famille.

2

Mais très vite, Jules et Emile abandonnent la volaille et les produits laitiers pour **se concentrer sur le café** qui est à cette époque de piètre qualité. En effet, il n'existe pas encore de marque. Le café est acheté en grandes quantités par quelques importateurs qui le revendent à des grossistes. **Ces derniers fournissent les épiceries qui se chargent de la torréfaction pour le client.**

3



Exemple 2

Nous avons 1 section avec 2 lignes qui ont chacune 3 colonnes.

Le texte 4 correspond à l'image 1

Le texte 2 correspond à l'image 5

Le texte 6 correspond à l'image 3

<p>1</p> 	<p>2</p> <p>L'histoire de Cafés Méo commence au début des années 1920 lorsque Jules et Emile Meauxsoone (deux frères originaires de Warneton en Belgique et âgés d'une douzaine d'années) fuient l'occupation allemande et arrivent à Lille. Ils commencent alors à vendre des produits laitiers, de la volaille et du café sur les marchés pour subvenir aux besoins de leur famille.</p> <p>Mais très vite, Jules et Emile abandonnent la volaille et les produits laitiers pour se concentrer sur le café qui est à cette époque de piètre qualité. En effet, il n'existe pas encore de marque. Le café est acheté en grandes quantités par quelques importateurs qui le revendent à des grossistes. Ces derniers fournissent les épiceries qui se chargent de la torréfaction pour le client.</p>	 <p>3</p>
<p>4</p> <p>Cafés Méo obtient la certification Max Havelaar qui s'inscrit tout à fait dans la volonté de la marque de se développer tout en respectant l'environnement et les petits producteurs. Par la suite, l'entreprise reçoit plusieurs certifications dont l'agrément Ecocert et ISO 9001 en 2000 et 2001. Elle est de plus Lauréate du trophée ECO-TOP en 2007.</p> <p>Dans le même temps, Cafés Méo restructure son réseau de magasins et ferme certaines boutiques traditionnelles au profit d'Espresso bars Méo 7 dont le plus emblématique se trouve sur la Grand Place de Lille. Et investit dans l'outil de production avec notamment l'achat de 2 torréfacteurs supplémentaires et l'amélioration de ses équipements.</p>	 <p>5</p>	<p>Les frères Meauxsoone ouvrent leur première épicerie fine rue Saint-André à Lille. Ils sont parmi les premiers à obtenir plusieurs licences d'importation directe de cafés qui leur permettent de sélectionner eux-mêmes leurs produits et ainsi d'en améliorer la qualité Maintenir une qualité irréprochable du café est un objectif qu'il ne les quittera jamais. Les produits de la marque Cafés Méo sont distribués via de nombreux canaux différents :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cafés Méo dispose de ses propres boutiques et salons de dégustation (dont 1 sur la Grand Place de Lille et 2 à Paris) • En grande distribution • En restauration hors domicile (et notamment chez de nombreux restaurateurs étoilés) <p>6</p>



L'histoire de Cafés Méo commence au début des années 1920 lorsque Jules et Emile Meussoone (deux frères originaires de Warneton en Belgique et âgés d'une douzaine d'années) fuient l'occupation allemande et arrivent à Lille. Ils commencent alors à vendre des produits laitiers, de la volaille et du café sur les marchés pour subvenir aux besoins de leur famille.

Mais très vite, Jules et Emile abandonnent la volaille et les produits laitiers pour se concentrer sur le café qui est à cette époque de piètre qualité. En effet, il n'existe pas encore de marque. Le café est acheté en grandes quantités par quelques importateurs qui le revendent à des grossistes. Ces derniers fournissent les épiceries qui se chargent de la torréfaction pour le client.



Cafés Méo obtient la certification Max Havelaar qui s'inscrit tout à fait dans la volonté de la marque de se développer tout en respectant l'environnement et les petits producteurs. Par la suite, l'entreprise reçoit plusieurs certifications dont l'agrément Ecocert et ISO 9001 en 2000 et 2001. Elle est de plus Lauréate du trophée ECO-TOP en 2007.

Dans le même temps, Cafés Méo restructure son réseau de magasins et fermant certaines boutiques traditionnelles au profit d'Espresso bars Méo 7 dont le plus emblématique se trouve sur la Grand Place de Lille. Et investit dans l'outil de production avec notamment l'achat de 2 torréfacteurs supplémentaires et l'amélioration de ses équipements.



Les frères Meussoone ouvrent leur première épicerie fine rue Saint-André à Lille. Ils sont parmi les premiers à obtenir plusieurs licences d'importation directe de cafés qui leur permettent de sélectionner eux-mêmes leurs produits et ainsi d'en améliorer la qualité. Maintenir une qualité irréprochable du café est un objectif qu'il ne les quittera jamais.

Les produits de la marque Cafés Méo sont distribués via de nombreux canaux différents :

- Cafés Méo dispose de ses propres boutiques et salons de dégustation (dont 1 sur la Grand Place de Lille et 2 à Paris)
- En grande distribution
- En restauration hors domicile (et notamment chez de nombreux restaurateurs étoilés)

Voici comment cela se présente sur smartphone et sur tablette :

WordPress prend d'abord les éléments de la 1^{ère} colonne.

1 Nous avons donc l'image 1 suivie du texte 2.

Nous avons ensuite l'image 3.

Nous continuons avec les éléments de la colonne 2 : le texte 4 suivi de l'image 5 et du texte 6.

Nous voyons qu'aucun des textes ne correspond à sa photo.

Nous vous invitons à lire la partie sur le responsive design pour connaître les astuces pour y remédier.

2

3

4

5

6

Exemple 3

Nous avons 1 section avec 1 ligne qui a 3 colonnes. Dans chaque colonne, nous avons 2 modules l'un en dessous de l'autre.




Comme dans l'exemple 2 :

Le texte 4 correspond à l'image 1

Le texte 2 correspond à l'image 5

Le texte 6 correspond à l'image 3

2

<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">1</div>  <p>Cafés Méo obtient la certification Max Havelaar qui s'inscrit tout à fait dans la volonté de la marque de se développer tout en respectant l'environnement et les petits producteurs. Par la suite, l'entreprise reçoit plusieurs certifications dont l'agrément Ecocert et ISO 9001 en 2000 et 2001. Elle est de plus Lauréate du trophée ECO-TOP en 2007.</p> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">4</div> <p>Dans le même temps, Cafés Méo restructure son réseau de magasins et fermant certaines boutiques traditionnelles au profit d'Espresso bars Méo 7 dont le plus emblématique se trouve sur la Grand Place de Lille. Et investit dans l'outil de production avec notamment l'achat de 2 torréfacteurs supplémentaires et l'amélioration de ses équipements.</p>	<p>L'histoire de Cafés Méo commence au début des années 1920 lorsque Jules et Emile Meauxsoone (deux frères originaires de Warneton en Belgique et âgés d'une douzaine d'années) furent l'occupation allemande et arrivent à Lille. Ils commencent alors à vendre des produits laitiers, de la volaille et du café sur les marchés pour subvenir aux besoins de leur famille.</p> <p>Mais très vite, Jules et Emile abandonnent la volaille et les produits laitiers pour se concentrer sur le café qui est à cette époque de piètre qualité. En effet, il n'existe pas encore de marque. Le café est acheté en grandes quantités par quelques importateurs qui le revendent à des grossistes. Ces derniers fournissent les épiceries qui se chargent de la torréfaction pour le client.</p> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">5</div> 	 <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">3</div> <p>Les frères Meauxsoone ouvrent leur première épicerie fine rue Saint-André à Lille. Ils sont parmi les premiers à obtenir plusieurs licences d'importation directe de cafés qui leur permettent de sélectionner eux-mêmes leurs produits et ainsi d'en améliorer la qualité Maintenir une qualité irréprochable du café est un objectif qu'il ne les quittera jamais. Les produits de la marque Cafés Méo sont distribués via de nombreux canaux différents :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cafés Méo dispose de ses propres boutiques et salons de dégustation (dont 1 sur la Grand Place de Lille et 2 à Paris) • En grande distribution • En restauration hors domicile (et notamment chez de nombreux restaurateurs étoilés) <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">6</div>
---	---	---

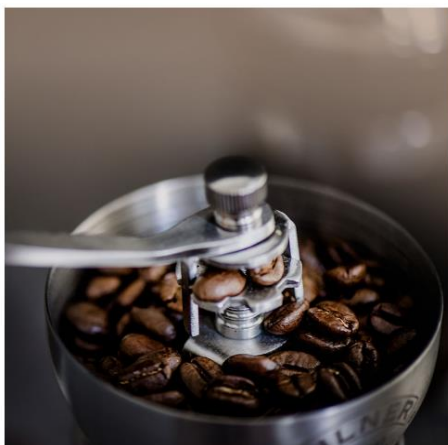


Cafés Méo obtient la certification Max Havelaar qui s'inscrit tout d'abord dans la volonté de la marque de se développer tout en respectant l'environnement et les petits producteurs. Par la suite, l'entreprise reçoit plusieurs certifications dont l'agrément Ecocert et ISO 9001 en 2000 et 2001. Elle est de plus Lauréate du trophée ECO-TOP en 2007.

Dans le même temps, Cafés Méo restructure son réseau de magasins et ferme certaines boutiques traditionnelles au profit d'Espresso bars Méo 7 dont le plus emblématique se trouve sur la Grand Place de Lille. Et investit dans l'outil de production avec notamment l'achat de 2 torréfacteurs supplémentaires et l'amélioration de ses équipements.

L'histoire de Cafés Méo commence au début des années 1920 lorsque Jules et Emile Meussoone (deux frères originaires de Warneton en Belgique et âgés d'une douzaine d'années) fuient l'occupation allemande et arrivent à Lille. Ils commencent alors à vendre des produits laitiers, de la volaille et du café sur les marchés pour subvenir aux besoins de leur famille.

Mais très vite, Jules et Emile abandonnent la volaille et les produits laitiers pour se concentrer sur le café qui est à cette époque de piètre qualité. En effet, il n'existe pas encore de marque. Le café est acheté en grandes quantités par quelques importateurs qui le revendent à des grossistes. Ces derniers fournissent les épiceries qui se chargent de la torréfaction pour le client.



Les frères Meussoone ouvrent leur première épicerie fine rue Saint-André à Lille. Ils sont parmi les premiers à obtenir plusieurs licences d'importation directe de cafés qui leur permettent de sélectionner eux-mêmes leurs produits et ainsi d'en améliorer la qualité. Maintenir une qualité irréprochable du café est un objectif qu'il ne les quittera jamais.

Les produits de la marque Cafés Méo sont distribués via de nombreux canaux différents :

- Cafés Méo dispose de ses propres boutiques et salons de dégustation (dont 1 sur la Grand Place de Lille et 2 à Paris)
- En grande distribution
- En restauration hors domicile (et notamment chez de nombreux restaurateurs étoilés)

Voici comment cela se présente sur smartphone et sur tablette :

WordPress prend d'abord les éléments de la 1^{ère} colonne, de haut en bas.

Nous avons donc l'image 1 qui est suivie du texte 4.

1

Nous avons ensuite le texte 2 qui est suivi de l'image 5.

Et pour finir, nous avons l'image 3 qui est suivie du texte 6.

Nous voyons qu'il y a une inversion entre 2 et 5 qui peut gêner la compréhension de la page. Nous vous invitons à lire la partie sur le responsive design pour connaître les astuces pour y remédier.

4

2

5

3

6

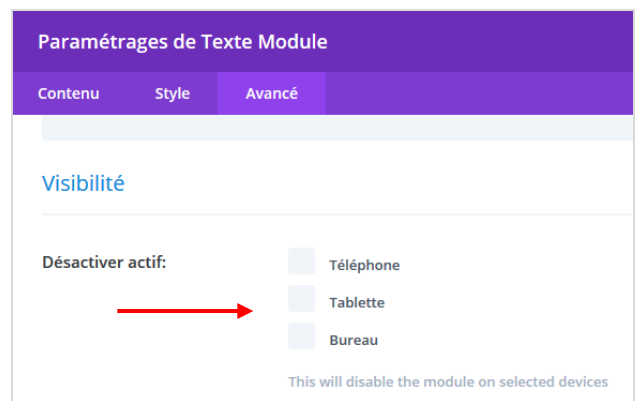
Pour travailler sur le responsive design, nous allons pouvoir utiliser 2 techniques :

- Activer/désactiver des éléments en fonction du support utilisé,
- Donner un visuel différent à un élément de votre page.

a. Activer/désactiver des éléments en fonction du support utilisé

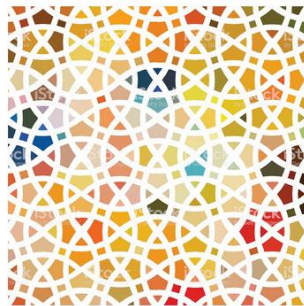
Cette option peut être envisagée par exemple pour une image trop grande pour un smartphone, une table de prix qui est illisible sur smartphone ...

Allez dans l'élément que vous voulez travailler (un module, une ligne, une section ...) puis allez dans « avancé ». Descendez jusqu'à « visibilité ». Cochez les éléments que vous voulez désactiver sur un support (tablette, téléphone ou bureau/ordinateur). Ils apparaîtront toujours dans le Visual builder de façon un peu grisée pour que vous puissiez les modifier.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla sed congue nulla. Mauris sollicitudin ipsum sit amet eros pellentesque faucibus. Morbi enim ante, iaculis quis laoreet quis, pulvinar non nisi. Suspendisse commodo, ligula eget lacinia malesuada, urna ante suscipit justo, et faucibus leo sem ac ex. Etiam hendrerit aliquet vulputate. Aliquam vitae purus quam. Integer aliquam interdum justo sed congue. Cras porttitor dolor lacus, eget scelerisque enim vulputate eget.

Curabitur posuere ligula felis, at venenatis tellus elementum id. Fusce consequat elementum fermentum. Vestibulum in condimentum lectus, auctor cursus ex. Donec justo nisi, sagittis sit amet condimentum id, laoreet eu eros. In dictum purus mi, sit amet porta leo cursus nec. Praesent aliquet, mi ut interdum tempor, libero felis scelerisque ex.




Morbi et nulla in est vulputate scelerisque. Donec maximus ligula id tempor sagittis. Morbi condimentum justo nec diam feugiat euismod. Morbi eget maximus nulla. Praesent dolor orci, tincidunt at malesuada hendrerit lacinia scelerisque nunc. Donec volutpat ornare ipsum ac viverra. Proin consectetur posuere sollicitudin. Donec vel fermentum est. Mauris fermentum quam at molestie bibendum. Aenean in mi pellentesque felis vulputate gravida. Sed dapibus, mi non gravida ultrices. arcu mauris tempor sem, id gravida sapien ante vel dolor. Duis ac arcu ac velit vulputate consectetur. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Donec mollis porttitor quam elementum scelerisque. Duis ut erat vitae libero mattis lobortis.

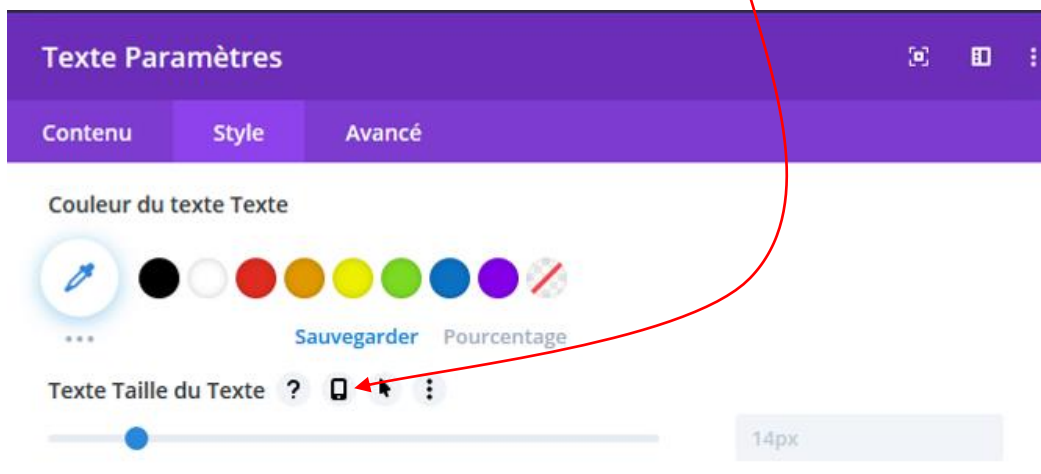
b. Donner un visuel différent à un élément de votre page.

Cette option est à envisager quand vous voulez changer le visuel d'un élément de votre page : la couleur, la taille, l'espacement, l'emplacement...

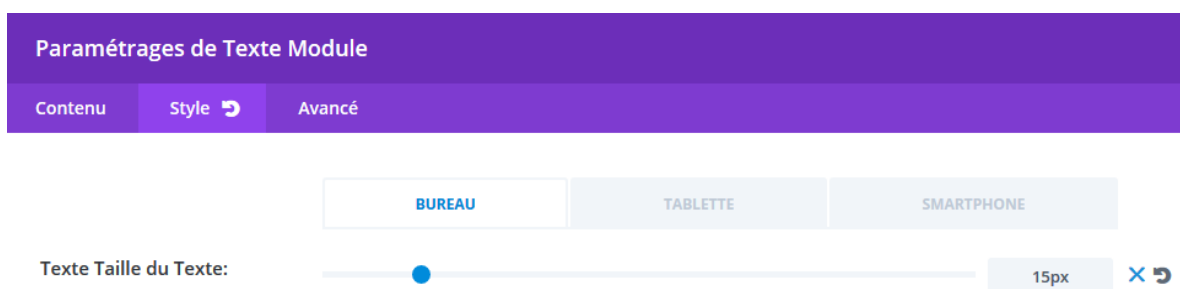
Pour cela allez dans l'onglet « **style** » de votre élément puis dans le visuel que vous voulez modifier.

Exemple : réduire la taille d'une police sur smartphone.

Passez votre souris sur la ligne « Texte Taille du Texte ». Un écran  apparaît en bout de ligne.



Cliquez dessus. Une ligne apparaît avec 3 éléments : bureau, tablette et smartphone. Vous allez pouvoir ainsi régler la taille de la police pour chaque support. Cliquez sur l'icône qui vous intéresse. Automatiquement vous allez être basculé vers la vue d'écran correspondante.



Par défaut, les valeurs de la tablette et du smartphone reprennent les valeurs du bureau.

Vous pourrez faire ces paramétrages sur la taille d'un élément, un espacement, un positionnement ...

Retrouvez la vidéo « optimiser ses pages pour smartphone & tablette » à l'adresse suivante :
<https://bit.ly/3t1hr6N>

5. PENSER ACCESSIBILITE

Votre site doit être accessible aux :

- Malvoyants
 - Malentendants
 - Déficients cognitifs
 - Handicapés moteur
- 20% de la population française est concernée.**

Quelques conseils :

- Utiliser une typographie lisible (oublier les polices exotiques).
- Fixer la taille du texte en em, pas en px.
- Ne pas justifier le texte.
- Accentuer les capitales (UN CHAT MANGE ≠ UN CHAT MANGÉ).
- Liens :
 - Ne pas souligner. Réserver le soulignement pour les liens uniquement. Aujourd'hui c'est vraiment un acquis, lorsqu'un mot est souligné on a envie de cliquer dessus.
 - Faire un design graphique différent pour tous les états : hover (souris sur l'élément, sans cliquer), focus (élément en cours - ex : champ de formulaire), active (lien sur lequel on a cliqué - lien actif), visited (lien visité) et liens externes (lien vers un autre site).
 - Il faut faire un design différent pour ces éléments, avec Divi on peut le faire dans « personnalisateur de thème » ►► « typographie » ►► « couleur du lien du corps ». On ne peut malheureusement pas aller plus loin, sauf CSS.
 - Outline à conserver et à rendre sympa (c'est la bordure que vous pouvez mettre sur un texte lorsqu'il est « sélectionné »).
- Eviter d'encadrer le texte : si l'internaute n'arrive pas à lire la police, il va la grossir. Le texte peut être alors amené à sortir du cadre.
- Différencier les titres d'un bouton : ne pas encadrer les titres comme si c'était des boutons.
- Prévoir de bons interlignages et des largeurs de colonnes raisonnables (70 signes environ).
- Faire des zones de clic suffisamment grandes pour les personnes ayant des problèmes de précision (cf. mobile entre autres).
- Couleurs :
 - Vérifier que vos contrastes sont suffisants ►► Tester les contrastes avec le logiciel Stark de Sketch pour être conforme au RGAA (Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations). Un texte gris clair sur fond blanc ne sera pas assez contrasté, écrire en blanc sur un fond de couleur claire ne fonctionnera sans doute pas non plus.
 - Proposer un fort contraste en CSS activable avec un bouton ►► Une extension ou du php / css et / ou JavaScript.
 - L'information n'est pas véhiculée uniquement par la couleur. Par exemple : "Les encadrés bleus vous apporteront des indices relatifs aux sections jaunes". Certaines

personnes ne perçoivent pas les couleurs, il faut donc ajouter un élément graphique différenciant (ex : mettre un point sous le lien actif du menu).

- Vidéos, images et pictogrammes : mettre une légende (en plus du alt).
- Vidéos : proposer un sous-titrage pour les contenus multimédias et une auto-description pour les vidéos.

- Formulaire :
 - Designer tous les états des éléments de formulaire : le champs standard, le champs recevant le focus, le champs avec une valeur renseignée et les champs en erreur de validation. Pour les erreurs, il faut quelque chose de bien visible et d'explicite.
 - La navigation avec TAB doit être claire. Quand vous cliquez sur la touche tabulation, vous vous déplacer d'élément en élément dans la page (liens, champs de formulaire). L'action sur cette touche doit donc bien montrer quel élément est activé
 - Eviter les placeholder (mention pour aider à comprendre ce qu'il faut saisir dans le champs, ou un exemple de saisie). Le placeholder disparaît dès qu'une valeur est renseignée, il est donc parfois difficile de comprendre à quoi correspond telle ou telle valeur. Créer plutôt une étiquette pour indiquer à l'internaute ce qu'il faut saisir.
 - Les captchas audio peuvent être réécoutés à volonté et sont accompagnés d'une solution alternative d'accès
- Skiplinks = liens d'évitement : ce sont des liens à intégrer en tout début de page et qui vont, grâce à des ancrés, permettre à l'utilisateur de se rendre au clavier directement au menu, à la recherche ou au contenu.
- Faire un style-guide avant ou pendant la maquette : une feuille qui reprend le style de toutes les balises.
- .current-menu-item : mettre en évidence l'élément en cours (la page ou la catégorie).
- Valider par le validateur HTML.
- Certification OPQUAST pour un site accessible.

IX. PERSONNALISER LE THEME DIVI

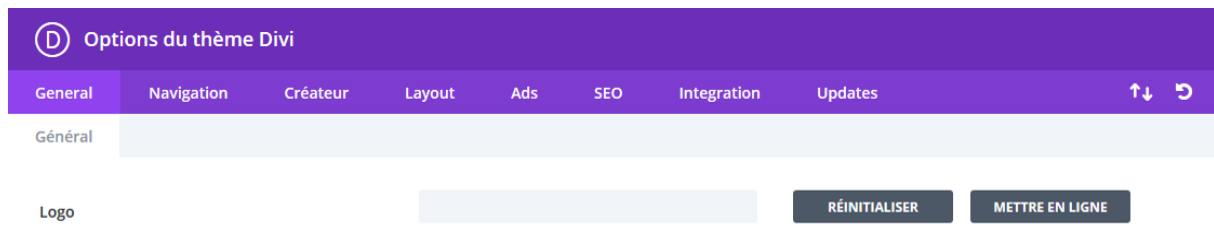
DIVI vous permet de créer un site web, et de personnaliser sa mise en page sans toucher au code source.

1. OPTIONS DU THEME

Dans le menu **DIVI** ► **Options de thème**

Ce panel est sommaire et nous n'y retrouvons pas les options de personnalisation (polices, couleurs), nous verrons par la suite qu'elles sont situées ailleurs.

Dans l'onglet **général**.



- **Ajoutez votre logo** : cliquez sur « **mettre en ligne** » et allez le chercher dans votre bibliothèque.
- **Réseaux sociaux** : il s'agit des icônes de 4 réseaux sociaux à faire apparaître dans l'en-tête et le pied de page de votre site. Pour ceux que vous activez, ajoutez les urls de vos réseaux sociaux.

Afficher l'icône Facebook	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVER
Afficher l'icône Twitter	<input type="checkbox"/> DÉSACTIVER
Afficher l'icône Google+	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVER
Afficher l'icône RSS	<input type="checkbox"/> DÉSACTIVER
URL profil Facebook	<input type="text" value="https://www.facebook.com/lesptitscakesdeCamille/"/>
URL profil Twitter	<input type="text" value="#"/>
URL profil Google+	<input type="text" value="#"/>

- **Bouton retour en haut de page** : activez cette option pour que vos visiteurs puissent remonter facilement en haut de votre page (y compris sur smartphone). Il apparaît à partir d'une certaine longueur de page.

Bouton retour en haut de page	<input checked="" type="checkbox"/> ACTIVER
-------------------------------	---

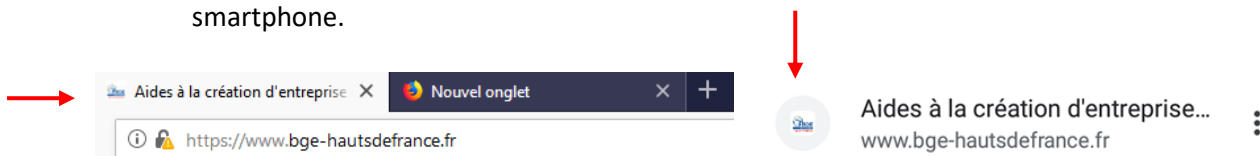
2. PERSONNALISEUR DE THEME

Pour modifier l'apparence de DIVI, il faut passer par le menu « Divi » ► « Personnaliseur de thème » ou « Apparence » ► « Personnaliser ». Avec la possibilité de choisir l'orientation du menu, le choix des polices, des couleurs, etc.

a. Paramètres généraux

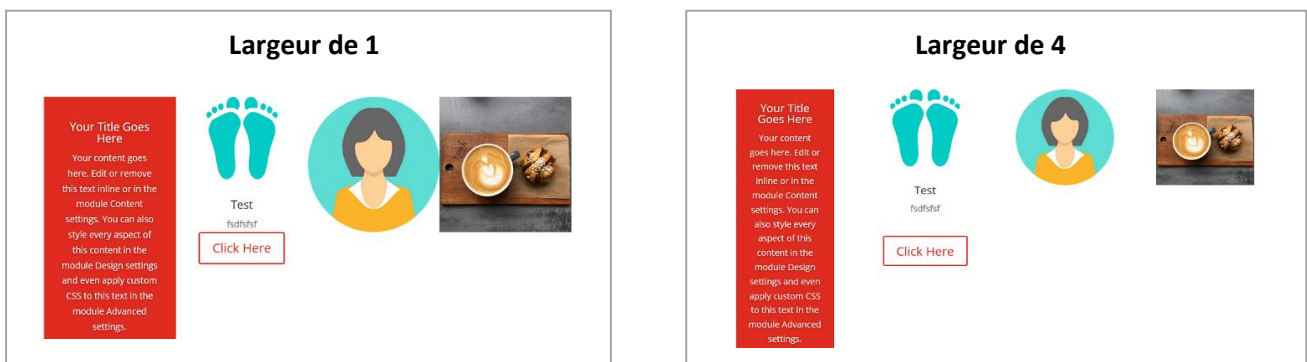
Identité du site

- Vous pouvez y mettre le titre de votre site et votre slogan.
- Vous pouvez choisir l'icône du site (le favicon) : il s'agit de l'icône qui apparaît dans les onglets du navigateur des internautes. Il apparaît également dans la liste des favoris sur smartphone.

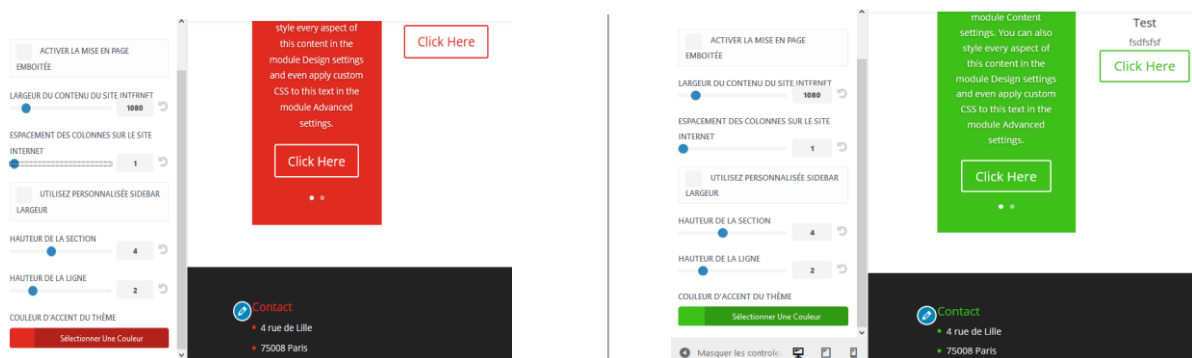


Paramètres de mise en page

- **Espacement des colonnes** : il s'agit des espaces entre les différentes colonnes mais également par rapport aux bords de l'écran quand la section est en pleine page. Plus les espaces sont grands, plus les modules sont petits.



- **La couleur d'accent du thème correspond** à la couleur par défaut du texte, des bordures des différents modules et des widgets. Attention, il peut y avoir un délai entre le choix de la couleur et l'application à l'écran. N'hésitez pas à enregistrer, puis quitter le personnaliseur de thème et y revenir.

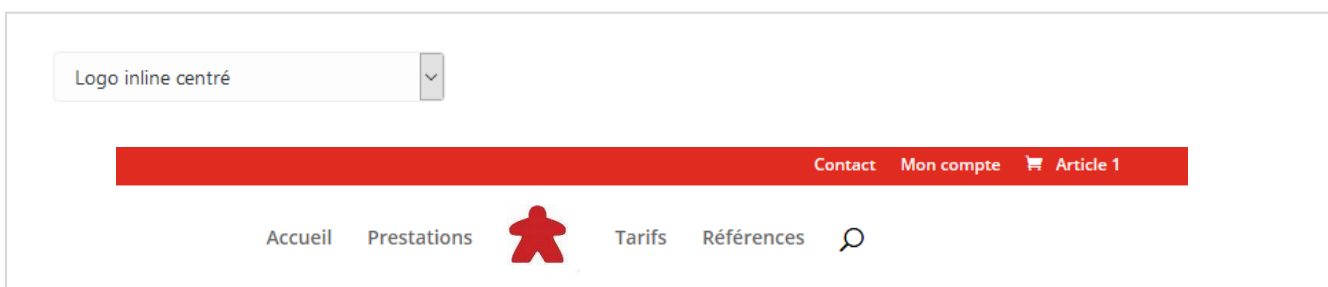
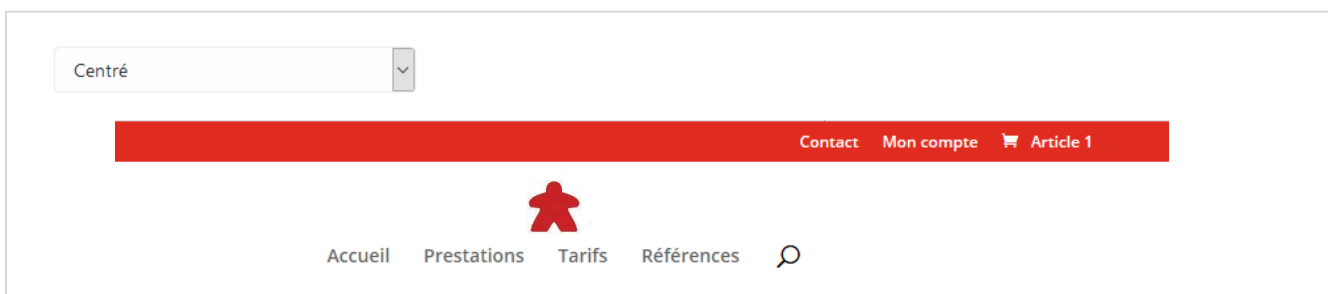


- **Typographie** : vous pouvez personnaliser les options de la police d'écriture (taille, couleur, etc.).
- **Fond** : vous pouvez sélectionner une couleur de fond ou une image d'arrière-plan.

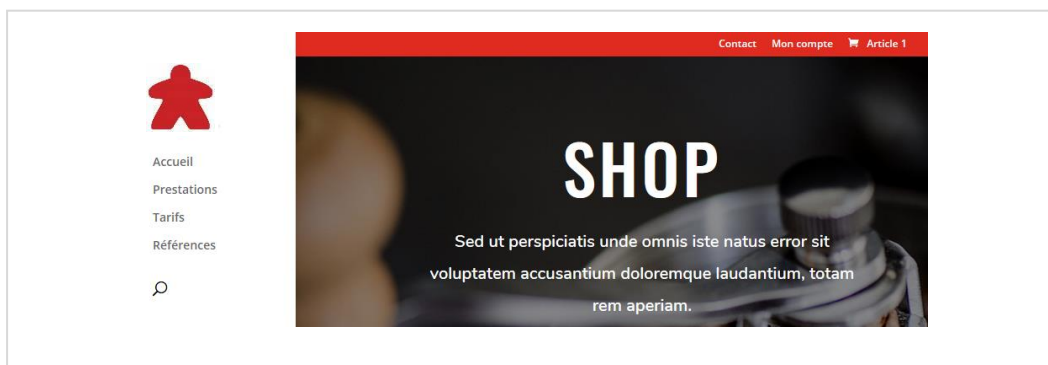
b. En-tête et navigation

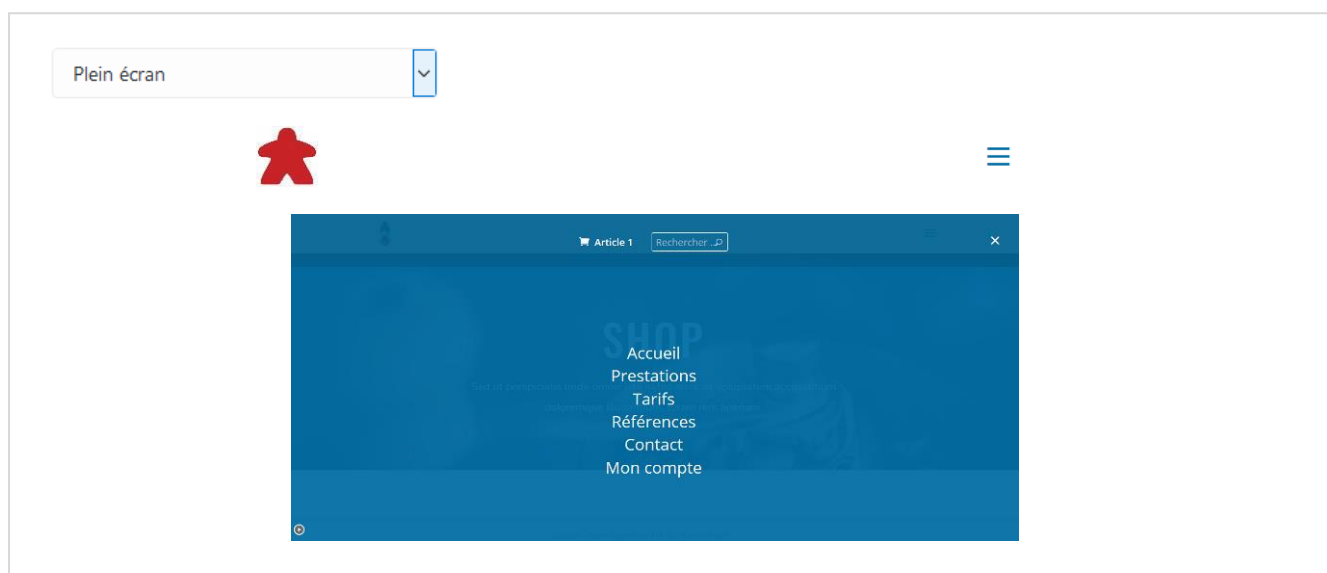
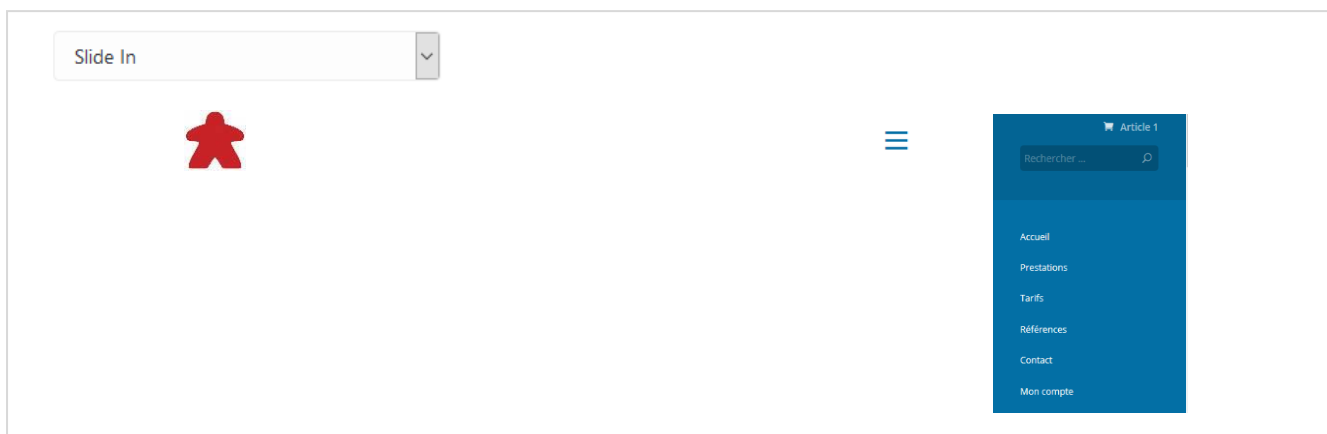
Format de l'entête

Choisissez ici la forme de votre menu principal.



Vous pouvez afficher votre menu principal verticalement en cochant la case « activer la navigation verticale ».





Barre de menu primaire

Il s'agit de votre menu principal



Vous décidez de la hauteur de votre menu mais aussi de la hauteur maximale de votre logo.

Attention, si vous mettez une hauteur de menu faible, même si vous choisissez une valeur importante pour votre logo, ce dernier ne dépassera pas la taille de votre menu.

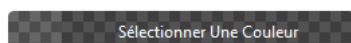
Hauteur du menu : 30 / Taille du logo : 100



Hauteur du menu : 80 / Taille du logo : 100

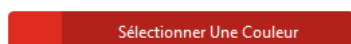


COULEUR DU TEXTE



Il s'agit du texte affiché dans votre menu.

COULEUR DU LIEN ACTIF



Il s'agit de la couleur qui rappelle à l'internaute sur quelle page il se trouve.

COULEUR DE L'ARRIÈRE-PLAN



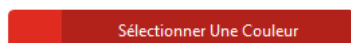
Choisissez la couleur de l'arrière-plan. Par défaut, il est blanc.

COULEUR DE FOND DU MENU DÉROULANT



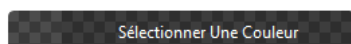
Choisissez la couleur de l'arrière-plan du menu déroulant.

COULEUR DE LA LIGNE DU MENU DÉROULANT



Il s'agit de la ligne qui apparaît au-dessus du menu déroulant.

COULEUR DU TEXTE DU MENU DÉROULANT



Vous pouvez appliquer une couleur différente pour le texte de votre menu déroulant.

ANIMATION DU MENU DÉROULANT



Vous pouvez ajouter une animation à votre menu déroulant : diapo, basculer, étendre, fondu

Barre de menu secondaire

Il s'agit du menu qui se situe tout en haut de l'écran, haut dessus du menu principal




Vous pouvez le personnaliser comme vous le souhaitez.

Paramétrages de la barre supérieure

Il s'agit de la forme de votre menu principal une fois que l'on fait défiler la page vers le bas. Vous pouvez garder les mêmes paramètres (recommandé) ou les modifier. Vous avez aussi la possibilité de masquer le logo.

Éléments de l'entête

Vous pouvez désactiver l'icône de recherche  ainsi que ceux des réseaux sociaux. Vous pouvez également indiquer votre n° de téléphone et votre adresse mail dans le menu secondaire.



c. Pied de page

Modèle

Dans le menu déroulant, sélectionnez le nombre de zones qu'il y aura dans votre pied de page.

DISPOSITION DES COLONNES



Choisissez également la couleur d'arrière-plan de votre pied de page.

Widgets

Il s'agit des mêmes options d'affichage que la barre de menu principal et secondaire (police, taille, couleurs, etc.).

Éléments en pied de page

Affichez les logos des réseaux sociaux.

Menu du pied de page

Vous devez au préalable créer un menu de pied de page. Puis, vous personnaliserez les options d'affichage.



Barre inférieure

Il s'agit des mêmes options de personnalisation que le menu du pied de page.



Afin de supprimer ce texte : cliquez sur « Désactiver les crédits de pied de page » pour faire disparaître le « design by WordPress... » dans votre pied de page.

Sinon, vous pouvez personnaliser votre texte de pied de page.



Vous pouvez créer un pied de page avec le thème builder. Retrouvez la vidéo « créer un pied de page avec le thème builder » à l'adresse suivante : <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/tutoriels-video/>

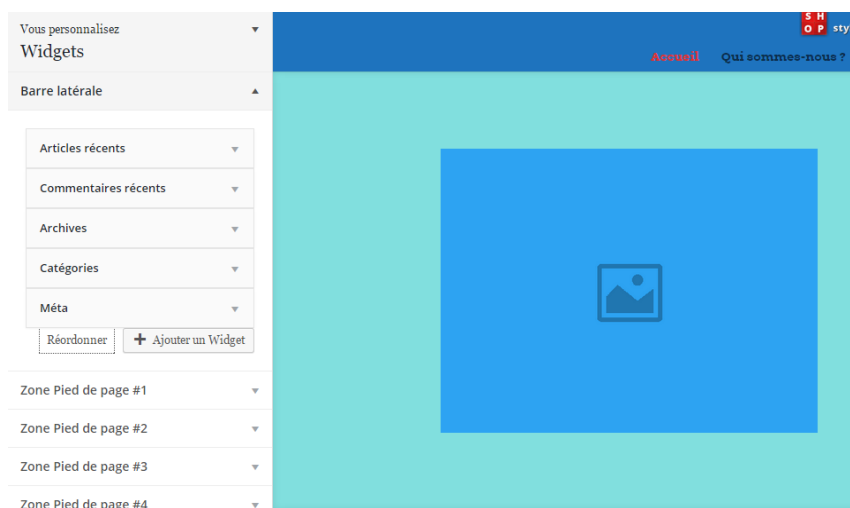
d. Style sur mobile

Vous pouvez personnaliser le design sur tablette et smartphone.

Vous pouvez également changer la couleur du texte et de l'arrière-plan de votre menu sur ces deux supports.

e. Widgets

La gestion se fait également depuis **Apparence » Widgets**. Vous pouvez ajouter vos propres zones de widgets dans la barre latérale et dans le pied de page.



X. LES EXTENSIONS DANS WORDPRESS

Une extension (que l'on appelle également plugin) est un moyen d'ajouter de nouvelles fonctionnalités à votre site WordPress.

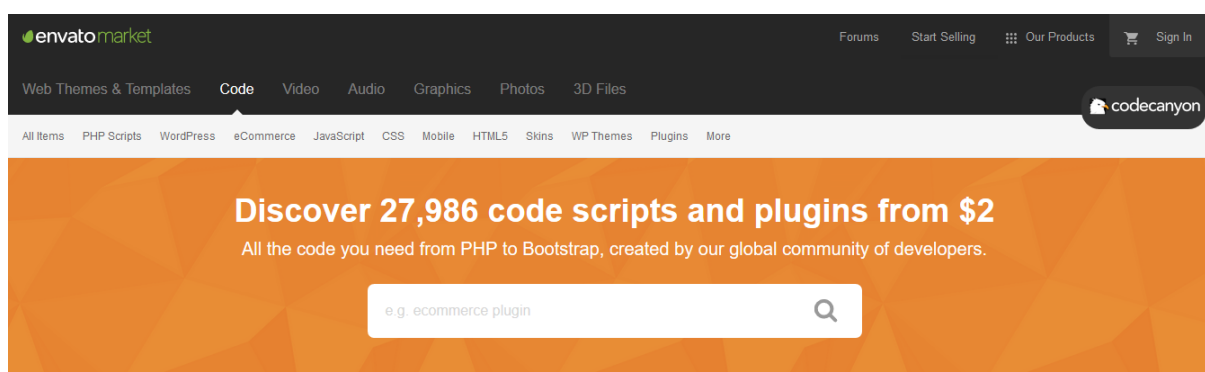
1. RECHERCHER UNE EXTENSION SUR LE REPERTOIRE OFFICIEL

Il y a plus de 30 000 extensions qui sont proposées gratuitement. Même s'il existe une version en français du répertoire des extensions, il vous faudra entrer les mots-clés en anglais pour avoir des résultats de recherche précis.

<https://fr.wordpress.org/plugins/>

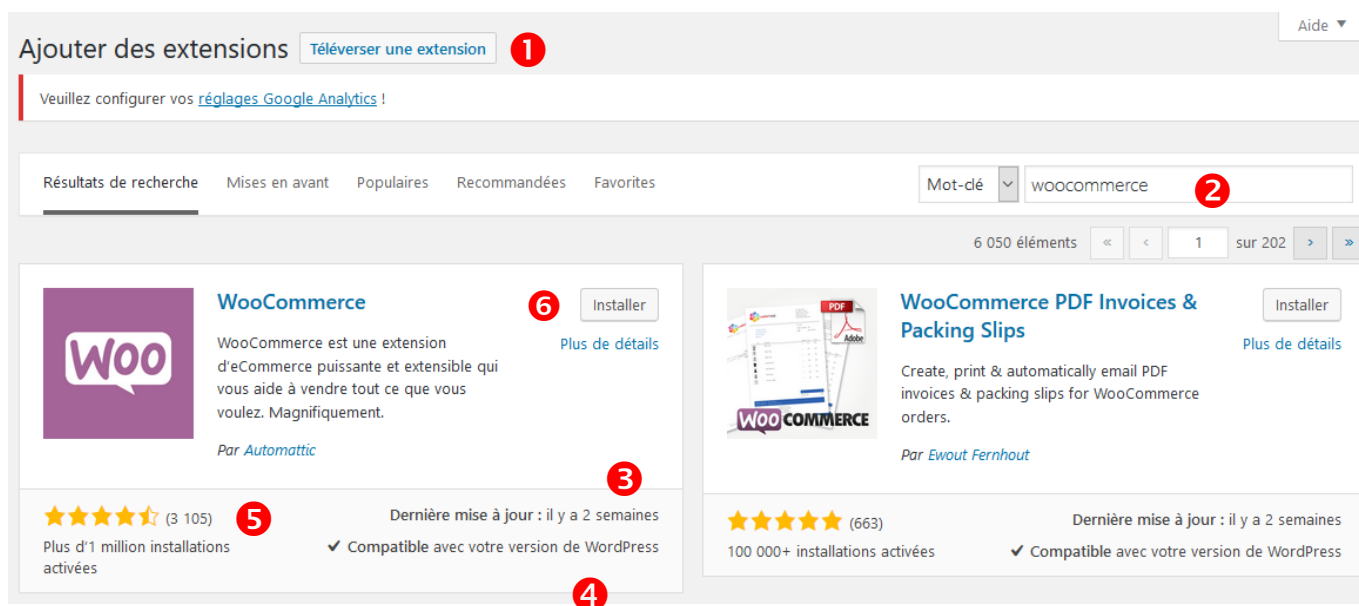


Il existe aussi des extensions payantes pour WordPress. CodeCanyon <http://codecanyon.net/> est une place de marché créée par la société Envato sur laquelle vous pourrez en acheter.



2. RECHERCHER UNE EXTENSION DEPUIS L'ADMINISTRATION DU SITE

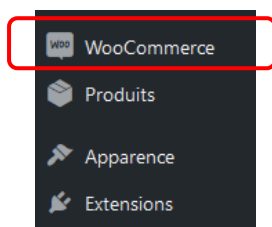
Connectez-vous à votre tableau de bord WordPress. Dans votre menu, sélectionnez **Extensions** ► **Ajouter**. Dans la page qui s'ouvre, cliquez sur « Téléverser une extension » **1** si vous avez téléchargé l'extension sur votre ordinateur ou écrivez le nom de l'extension dans « Rechercher des extensions » **2**



Lorsque vous avez trouvé une extension, vous avez plusieurs informations :

- date de la dernière mise à jour (important pour réduire les risques de piratage), **3**
- la compatibilité avec notre version de WordPress, **4**
- les notes et le nombre de téléchargements. **5**

Quand vous êtes décidé sur une extension, cliquez sur « installer » **6** puis sur « activer ». Vous la retrouverez dans la liste des extensions installées, dans un module, dans les widgets ou dans le menu à gauche.



Vous retrouverez un tutoriel d'installation des plugins sur la plateforme de ressources numériques : <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/>

Découvrez également deux tutoriels sur la mise à jour des extensions à l'adresse suivante <https://prn.bge-hautsdefrance.fr/tutoriels-video/> : mettre à jour les extensions et le thème DIVI, mise à jour automatique des extensions et des thèmes.

3. LES EXTENSIONS DEJA PRESENTES SUR VOTRE SITE

La matrice BGE que vous avez installée sur votre site contient plusieurs extensions importantes pour votre site.

▶▶ **Child Theme Configurator**

Elle nous a permis de créer un thème enfant pour DIVI. Pour rappel, si vous êtes curieux : <https://www.divi-community.fr/tutoriels-divi/tout-savoir-sur-les-themes-enfants-pour-divi/>

▶▶ **WP Maintenance Mode & Coming soon**

Elle vous permet de faire une page en construction.

▶▶ **Complianz**

Cette extension va vous permettre de gérer les cookies de votre site. Cela est vu lors de la 3^{ème} journée de la formation.

▶▶ **Dernière connexion**

Cette extension vous donne la date de dernière connexion d'un utilisateur (qui a un compte sur votre site) sur votre site.

▶▶ **Health Check & Troubleshooting**

Elle vérifie l'état de santé de votre site internet.

▶▶ **Hello Dolly**

A supprimer !

▶▶ **Limit Login Attempts Reloaded**

Elle limite le nombre de tentatives d'identification (combinaison de nom d'utilisateur et de mot de passe) sur votre site afin de le sécuriser. L'adresse internet (IP) sera bloquée après un nombre de tentatives ratées.

▶▶ **Site Kit by Google**

Cette extension vous permet de relier votre site à votre compte Google Analytics et de créer votre compte sur Google Search Console ... CF page 97

▶▶ **UpdraftPlus**

Nous l'avons utilisée pour installer la matrice BGE sur votre site. Elle va vous permettre également de faire une sauvegarde de votre site ... CF page 111

▶▶ Wordfence Security

Cette extension comprend un pare-feu et un scanner de logiciels malveillants. Vous l'aurez compris, elle est là pour protéger votre site !

▶▶ Yoast SEO

Elle va vous aider pour le référencement de votre site ... CF page xx

Attention : pour qu'elles soient actives et utilisables, ces extensions doivent être activées.

Pour cela, cliquez sur « Activer ».



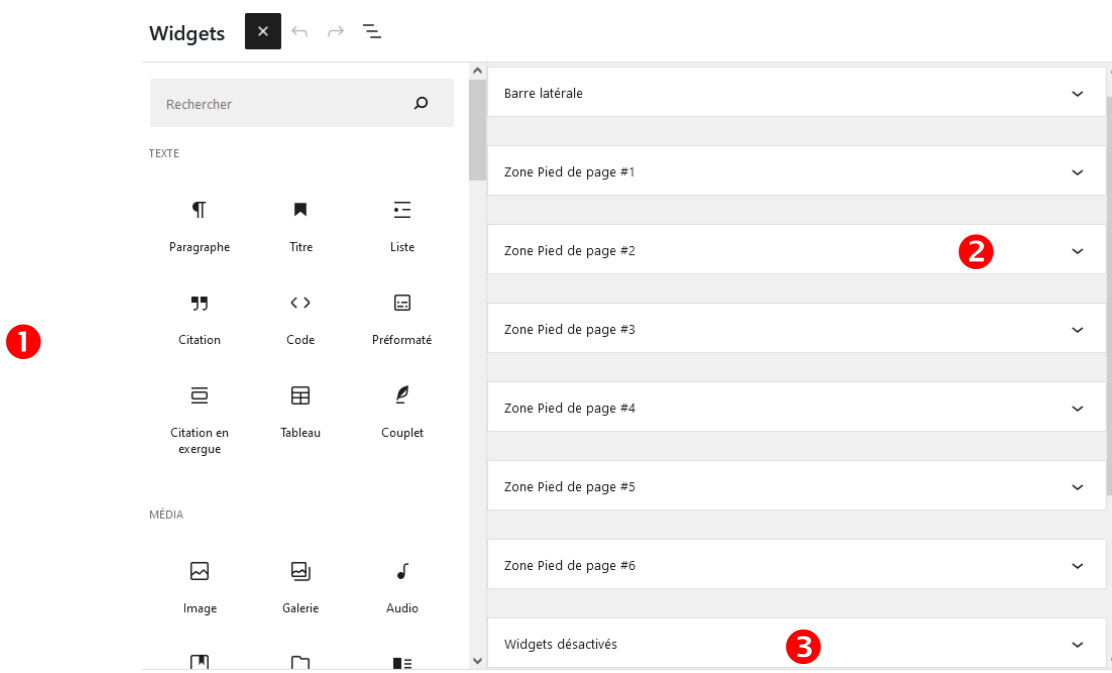
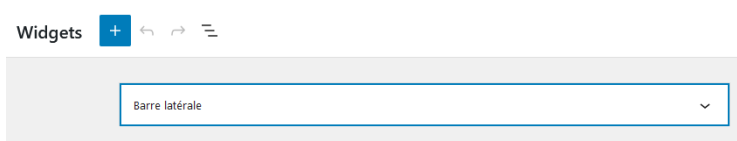
XI. LES WIDGETS DANS WORDPRESS

Un widget est un petit outil disponible sous WordPress qui va permettre à votre site, de gagner en dynamisme. Pour faire une comparaison très simple, un widget est assimilable à une extension. C'est sensiblement la même chose sauf qu'un widget reste assez sommaire et ne propose pas d'aller aussi qu'un plugin WordPress.

1. GERER LES ZONES DE WIDGETS

Pour gérer le contenu de vos widgets, allez dans **Apparence » Widgets**.

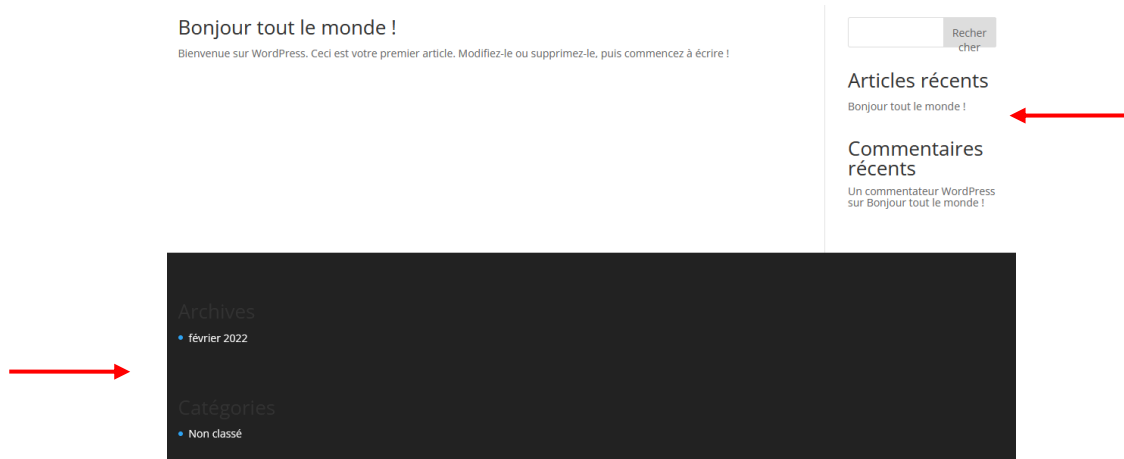
Cliquez sur **+** pour faire apparaître la liste des widgets disponibles.



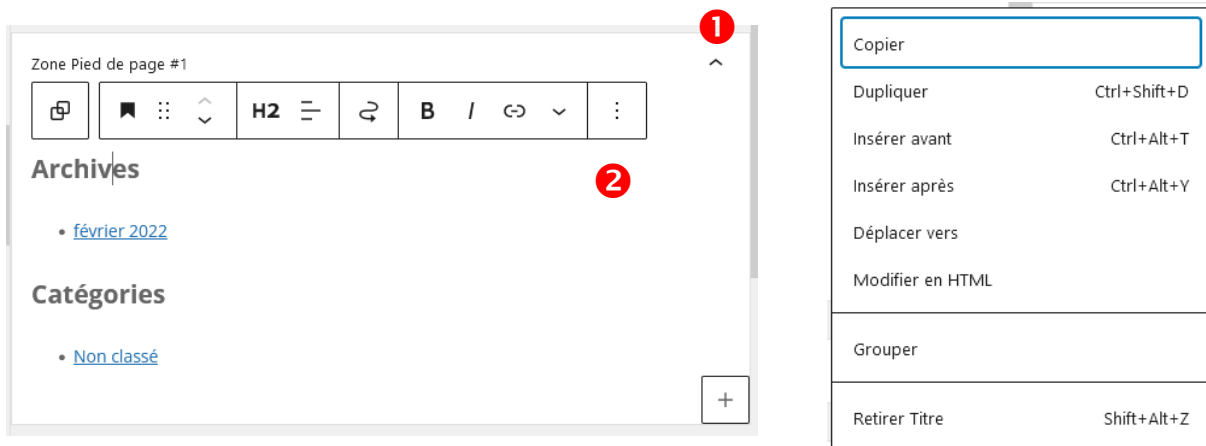
- 1 **Widgets disponibles** : liste des widgets proposés par WordPress, votre thème et éventuellement par vos extensions
- 2 **Zones « widgetisées » de votre thème** : le nombre de zones dépend du nombre de colonnes que vous avez choisi dans « Apparence » Personnalisation » Pied de page » Modèle » Disposition des colonnes ».
- 3 **Widgets désactivés** : si vous désirez retirer temporairement des widgets des zones de widgets, il faudra les placer ici. Cet espace est une sorte de zone de widgets invisible. L'avantage est que les paramètres des widgets sont conservés.



Vous avez des widgets installés par défaut par WordPress. Certains apparaissent à droite de votre écran (barre latérale), d'autres dans le pied de page (zone de pied de page #1).



Nous allons supprimer les éléments existants dans le pied de page. Cliquez sur la flèche en bout de ligne de la zone de Pied de page #1 **1** pour dérouler le bloc. Cliquez sur un élément (ici Archives). Un bloc apparaît. Cliquez sur les 3 points **2** puis cliquez sur « Retirer ... » (ici c'est un titre).

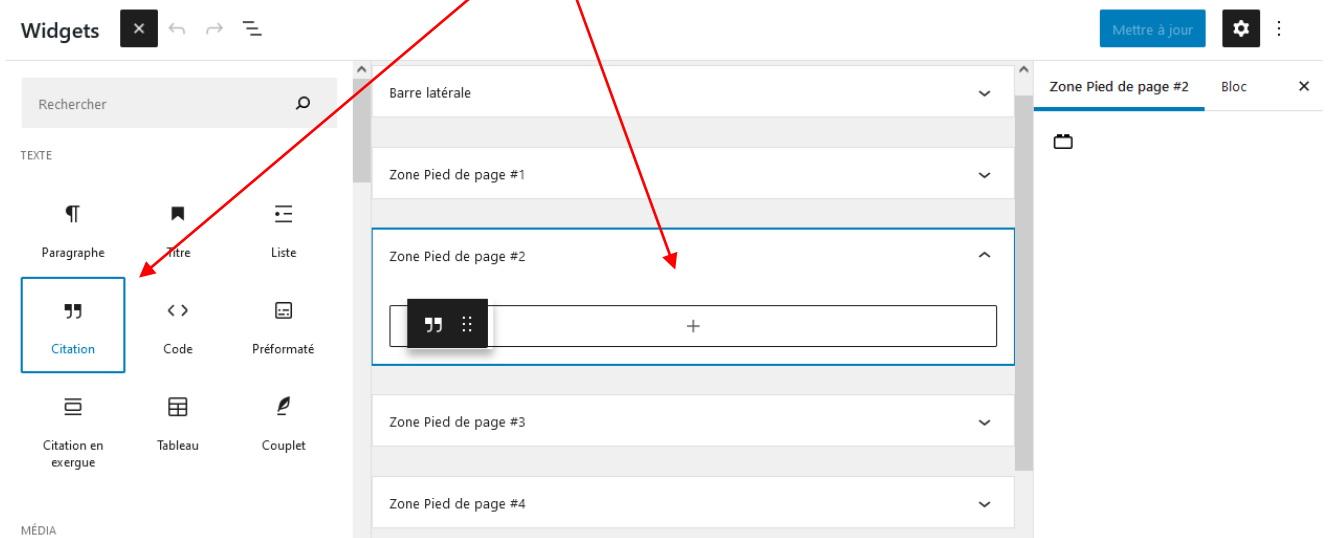



Retirez tous les autres éléments en procédant de la même façon.

Pour ajouter un élément : si la barre des widgets n'apparaît pas, cliquez sur le « + ».



Choisissez le bloc de votre choix faites un glisser/déposer avec votre souris :



Il est possible de déplacer un widget. Pour cela, cliquez sur votre bloc puis sur  et déplacez le bloc sans le relâcher.



Parmi les widgets disponibles, le « menu navigation. » Vous pouvez utiliser ce widget pour afficher un menu complémentaire.



Menu de navigation

1

Menu personnalisé

Titre :

Sélectionner le menu :

— Sélectionner —

[Supprimer](#) | [Fermer](#) Enregistrer

Options du widget **Menu personnalisé** :

- **Titre** : texte à afficher avant le widget. Par exemple « Menu principal » ou rien. Cette option est facultative. 2
- **Sélectionner le menu** : Les menus que vous avez créés dans **Apparence** ► **Menus** apparaîtront ici. Créez-en un nouveau puis revenez à ce widget pour y définir le menu fraîchement créé.

2. CREER UNE ZONE DE WIDGETS

Vous pouvez aussi insérer un widget n'importe où sur votre site, comme un module.

Pour cela vous devez créer une barre latérale personnalisée.

Allez jusqu'à la zone « Nom de Widget ».

Donnez un titre à cette nouvelle zone de widget (IMC par ex si on souhaite intégrer un widget de calcul d'IMC) puis cliquer sur « créer ».

Ici, vous pouvez créer de nouvelles zones widget à utiliser dans le module Barre latérale.

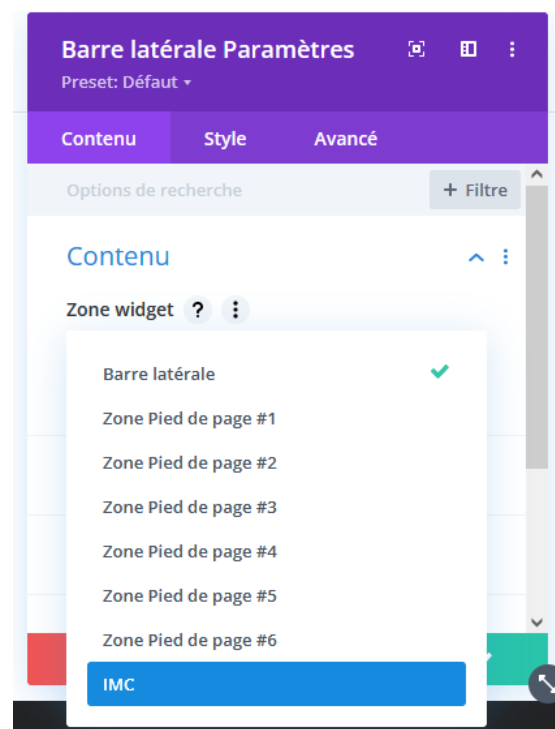
Note : Appeler votre zone widget "sidebar 1", "sidebar 2", "sidebar 3", "sidebar 4" ou "sidebar 5" peut engendrer des conflits avec ces thèmes.

Nom du Widget

Actualisez la page pour faire apparaître votre widget.



Vous pouvez maintenant intégrer ce widget via le module « barre latérale » à l'emplacement désiré.



XII. REFERENCEMENT ET CONFIGURATION

1. OPTIMISATION INTERNE DU SITE

Nous allons utiliser l'extension **YOAST SEO** qui est déjà installée sur votre WordPress. Elle va vous aider à améliorer votre référencement.

a. La balise <titre> de la page

Le titre, défini dans la balise <title> de votre page, est l'un des facteurs les plus importants pour le référencement de votre site web. Non seulement c'est le titre de votre page (bleu) dans l'onglet de votre navigateur, mais c'est aussi la première ligne que les gens verront dans les résultats de recherche.

Aides à la création d'entreprise : conseils, formation, financements

<https://www.bge-hautsdefrance.fr/aides-creation-entreprise/> ▼

Obtenez rapidement des rendez-vous chez nos partenaires bancaires et acteurs de la finance solidaire grâce aux partenariats privilégiés entretenus par BGE ...

Explications

- Les moteurs de recherche accordent plus de poids aux premiers mots, donc si vos mots-clés sont proches du début du titre de la page, vous aurez plus de chances d'être bien positionné.
- Les gens qui parcourent les pages de résultats voient les mots du début en premier. Si vos mots-clés sont au début de la liste, votre page aura bien plus de chances d'être cliquée.

Conseils de rédaction

- Insérez 8 mots maximum et si possible répétez deux fois le mot clé principal, 50 à 90 caractères.
- Une balise titre différente pour chaque page.

Conseils pour le référencement géolocalisé

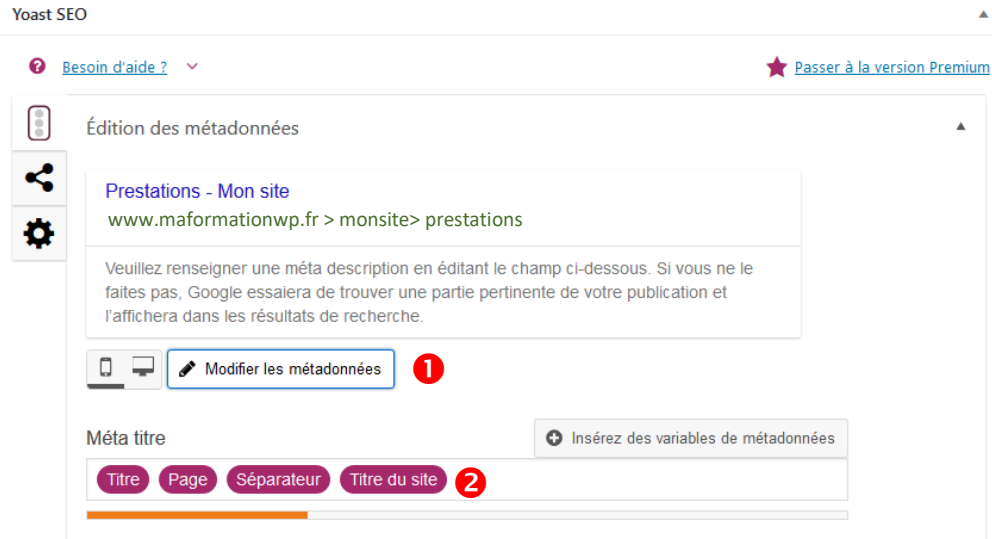
Indiquez dans le titre de la page, l'expression principale sur laquelle vous souhaitez vous positionner, suivi du nom de votre zone de chalandise (ville + code postal, département (59), région), par exemple :

« Boutique **vêtements femme Lille – prêt à porter femme Lille (59000)** + votre nom de marque »

A noter qu'on utilise toujours le même champ lexical, *vêtements, prêt à porter*. Il faut varier les synonymes en y ajoutant des suffixes et préfixes comme *magasin, boutique, marques, ville, 59000, etc.* Si on se situe dans un village à côté d'une grande ville, il ne faut pas hésiter à cibler la grande ville car le volume de recherches est potentiellement supérieur à celui du village.

Allez sur la page concernée, puis cherchez le bloc Yoast SEO (en fonction des sites, il peut se trouver en haut ou en bas de page).

Cliquez sur « **Modifier les métadonnées** » ❶



Yoast SEO

[Besoin d'aide ?](#) [Passer à la version Premium](#)

Édition des métadonnées

Prestations - Mon site
www.maformationwp.fr > monsite> prestations

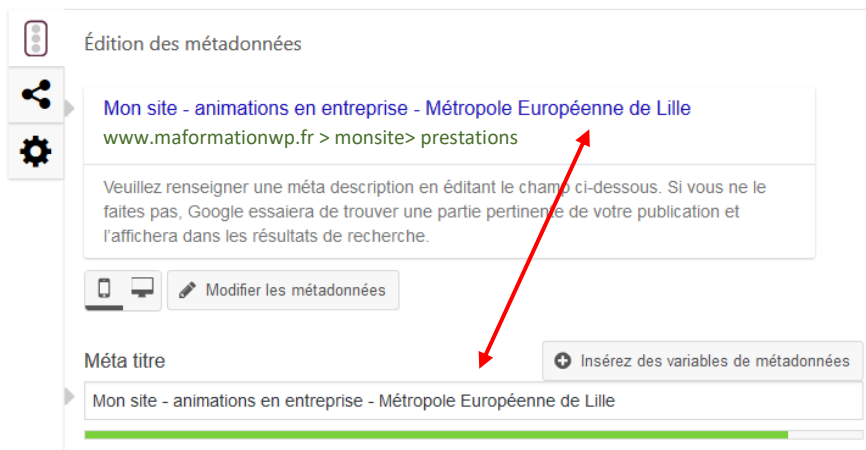
Veuillez renseigner une méta description en éditant le champ ci-dessous. Si vous ne le faites pas, Google essaiera de trouver une partie pertinente de votre publication et l'affichera dans les résultats de recherche.

[Modifier les métadonnées](#) ❶

Méta titre Insérez des variables de métadonnées

Titre Page Séparateur Titre du site ❷

Une ligne apparaît – Méta titre. Par défaut, Yoast vous propose le contenu suivant : Titre Page – Titre du site. Cliquez en bout de ligne puis effacez ce qui précède. Personnalisez votre balise titre à cet endroit. ❷



Édition des métadonnées

Mon site - animations en entreprise - Métropole Européenne de Lille
www.maformationwp.fr > monsite> prestations

Veuillez renseigner une méta description en éditant le champ ci-dessous. Si vous ne le faites pas, Google essaiera de trouver une partie pertinente de votre publication et l'affichera dans les résultats de recherche.

[Modifier les métadonnées](#)

Méta titre Insérez des variables de métadonnées

Mon site - animations en entreprise - Métropole Européenne de Lille

Pour sauvegarder les modifications, cliquez sur « mettre à jour » ou sur « enregistrer le brouillon » si votre page n'est pas publiée.



Publier

Prévisualiser les modifications

État : Publié [Modifier](#)

Visibilité : Public [Modifier](#)

Publié le : 31 décembre 2018 à 10 h 48 min [Modifier](#)

✓ Lisibilité : À améliorer

✓ SEO : Non disponible

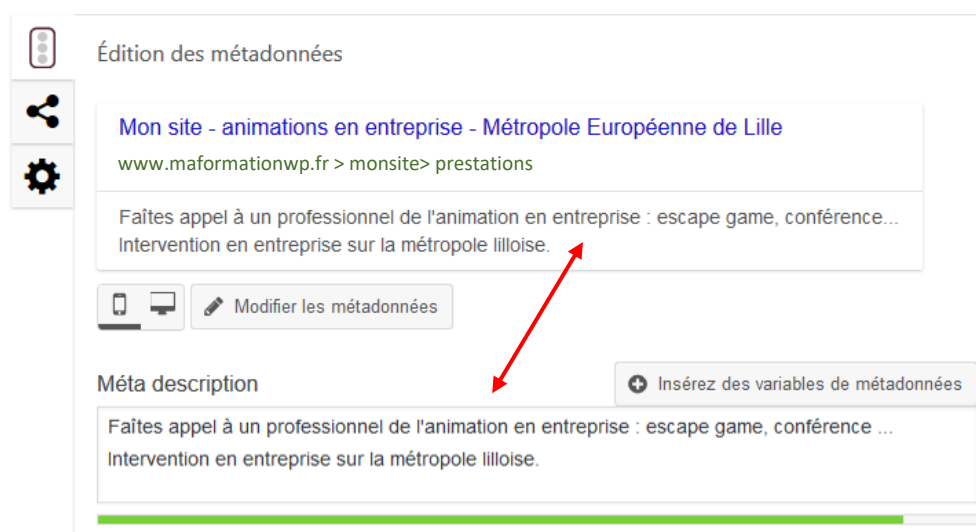
[Déplacer dans la corbeille](#)

[Mettre à jour](#)

b. La méta-description

Décrivez brièvement le contenu de la page, 100 à 130 caractères. La méta-description doit donner envie aux visiteurs d'aller sur votre site. Vous pouvez les inciter à cliquer sur le titre de votre page en insérant notamment des arguments tels que gratuit, frais de port offerts à partir de 90€, livraison 48 H, 1800 références, spécialiste depuis 1990, etc...

Toujours dans Yoast SEO, remplissez la partie « Méta description ».



Vous avez remarqué une barre qui vire du rouge au vert en passant par l'orange ? Il s'agit d'une analyse faite par Yoast. Pour en savoir plus, cliquez un peu plus bas sur « Analyse de la lisibilité »

Analyse de la lisibilité

Résultats de l'analyse

- Problèmes (3)
 - Test de lisibilité Flesch** : Votre contenu obtient 0 au test, ce qui est considéré comme très difficile à lire. [Essayez de faire des phrases plus courtes, en utilisant des mots moins compliqués afin d'améliorer la lisibilité.](#)
 - Pas assez de contenu** : [Veuillez ajouter du contenu pour permettre une bonne analyse.](#)
 - Mots de transition** : Aucune de vos phrases ne contient de mots de transition. [Utilisez-en.](#)
- Déjà optimisé (4)
 - Voix passive** : Vous utilisez suffisamment la voix active. C'est super !
 - Phrases consécutives** : Il y a suffisamment de variété dans vos phrases. C'est super !
 - Distribution des intertitres** : Vous n'utilisez pas d'intertitres mais votre contenu est suffisamment court pour ne pas en mériter.
 - Longueur de phrase** : Très bien !

Il s'agit d'une analyse de votre balise titre (mots clés, taille...) mais aussi du contenu de votre page et du mot clé que vous auriez choisi. Ce mot clé (qui peut être composé d'un ou plusieurs mots ex : chaussures pour femmes) se trouve dans la partie « requête cible ». Le mot clé de focus - ou phrase clé - est le terme de recherche pour lequel vous souhaitez que votre page se classe le plus.

● Requête cible

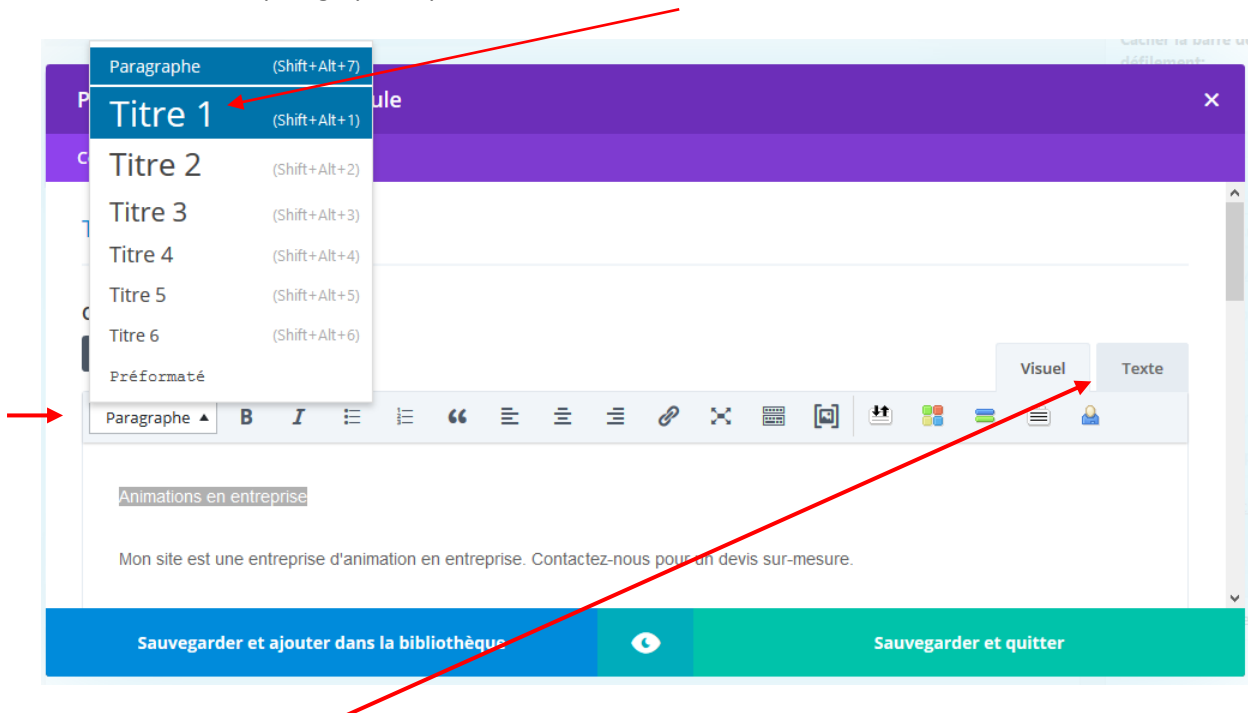
Requête cible

c. Les balises <h1>, <h2> ... de la page

Elles mettent en valeur les titres importants des pages pour les moteurs de recherche. Elles sont composées de mots clés. Tout comme la balise Title, les balises H1 doivent être différentes sur chaque page. **Il ne peut y avoir qu'une balise H1 par page** mais il peut y avoir plusieurs balises H2 de même niveau sur la même page. Une balise H1 se trouve avant une balise H2 et ainsi de suite.

Nous allons pouvoir gérer directement dans les modules. Prenons par exemple le module « texte ».

Dans le contenu, insérer votre texte. Sélectionnez le titre qui fera office de balise H1, cliquez sur le menu déroulant « paragraphe » puis sélectionnez « **Titre 1** ».

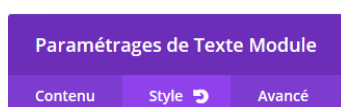


Si vous cliquez sur « texte », vous verrez que le titre est bien passé en H1.

```
<h1>Animations en entreprise</h1>
```

Mon site est une entreprise d'animation en entreprise. Contactez-nous pour un devis sur-mesure.

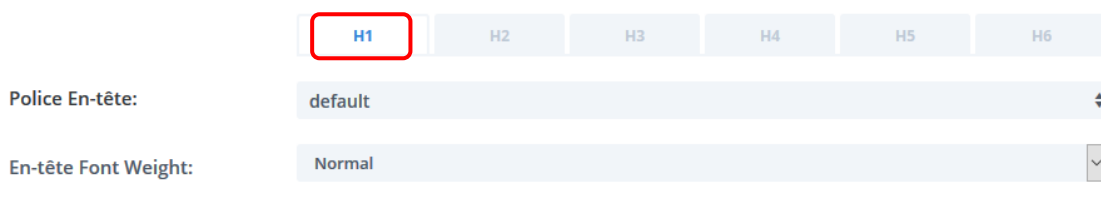
Le texte que vous aurez sélectionné va changer de forme. Nous allons le mettre en forme en allant dans l'onglet « style » du module texte.



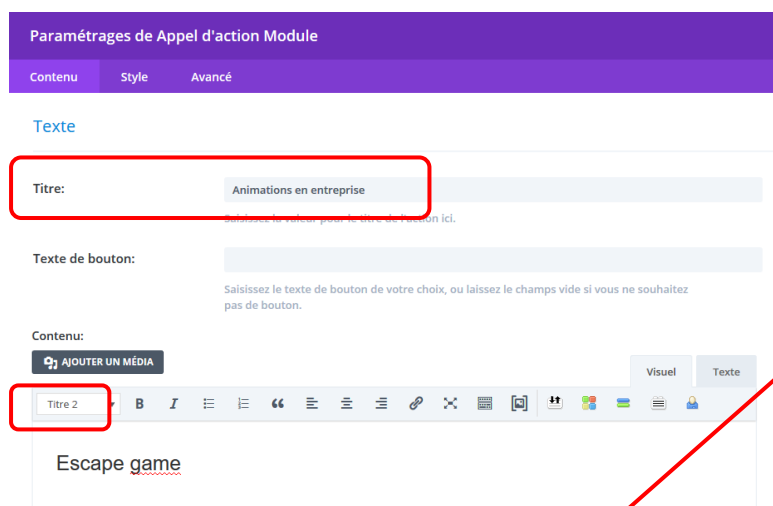
Descendez jusqu'à « **Heading Text** ». Sélectionnez H1 (car vous avez mis votre titre en H1).

Vous allez pouvoir personnaliser la mise en forme de votre balise H1 : police, couleur, taille...
Si vous aviez mis un titre en H2, il vous suffirait de cliquer sur H2 pour la mettre en forme, et ainsi de suite pour les autres balises.

Heading Text



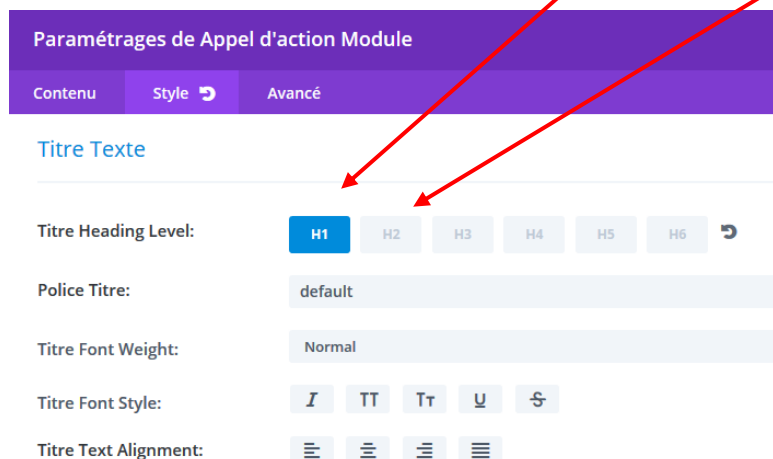
Vous pouvez mettre des balises dans d'autres modules. Il faudra bien faire la distinction entre le titre (qui sera votre balise <H1>) et le texte (dans lequel vous pourrez mettre les autres balises).



Exemple avec le module « appel à l'action ».

Le titre est « Animations en entreprise. Cela sera la balise H1 que je pourrai modifier dans style ► Titre texte en cliquant sur H1.

La balise H2 sera « escape game » dans la partie texte.

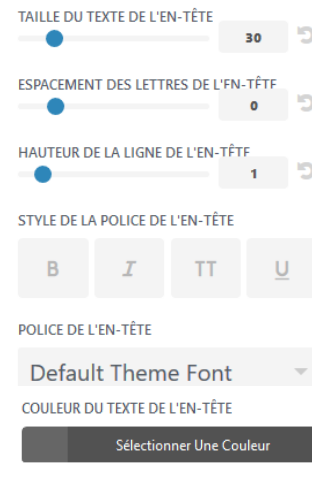


Retrouvez

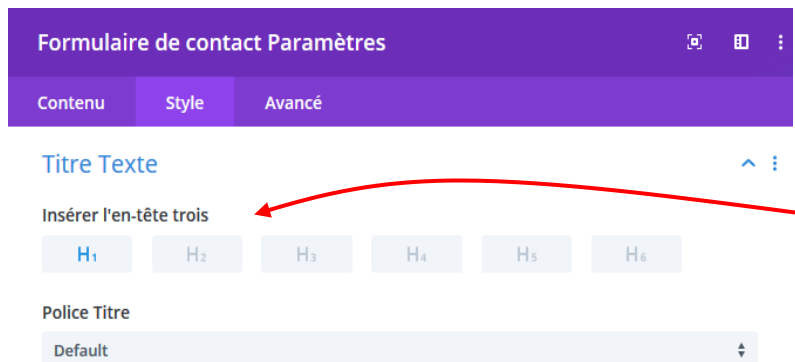
Si vous ne souhaitez pas devoir mettre en forme chacune de vos balises, vous avez la possibilité de les paramétrer dans **DIVI ► Personnaliseur de thème ► Typographie**.

Il s'agit des éléments relatifs à l'en-tête.

Inconvénient : toutes vos balises auront la même mise en forme, il n'y aura pas de distinction entre les titres ce qui peut être gênant pour la compréhension de l'internaute.

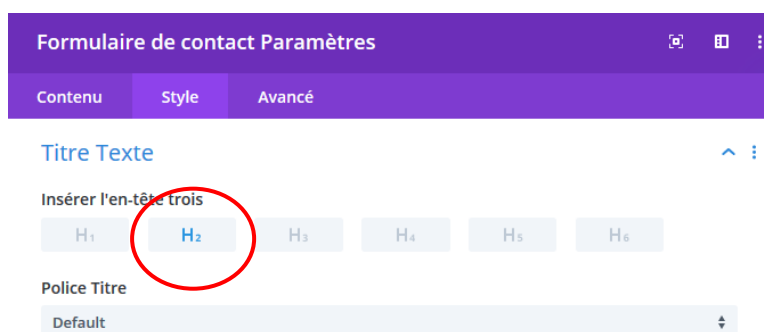


Les modules proposant un titre et/ou un sous-titre vont souvent vous proposer des balises par défaut, sans lien avec le contenu de votre page ou avec vos autres balises (par exemple, vous avez mis un titre en H1, vous ajoutez un module résumé qui va être lui aussi en H1 puis un formulaire de contact dont le titre va être en H4).



Dans cet exemple, le titre du formulaire de contact est de base en H1. Nous voulons le mettre en H2.

Pour cela, il suffit de cliquer tout simplement sur H2 dans la partie « Titre Texte ».



H2 est désormais en gras, le titre est bien en H2.

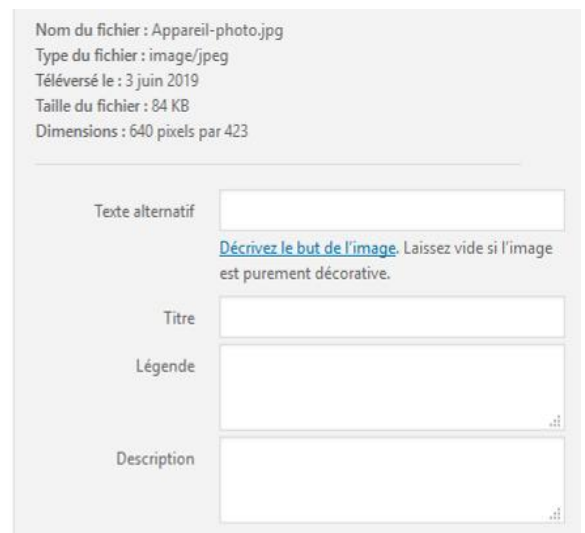
d. Optimisation des images

Le traitement des images est une partie souvent négligée dans le référencement de WordPress. En remplissant correctement la balise « Alt » des images et en réfléchissant à la façon dont vous nommez les fichiers, vous pourrez récupérer un peu de trafic supplémentaire en provenance des différents moteurs de recherche d'images.

La balise ALT peut être identique à la balise Title ou H1. **Renommez le nom du fichier des images avec des mots clés au lieu de D_4402.jpeg...** Cette étape doit être faite sur **votre ordinateur avant de les insérer dans WordPress. C'est ce qu'il y a de plus simple et plus efficace. Evitez les accents, les majuscules et les caractères spéciaux (\$ * # ...) et préférez les tirets pour séparer les mots.**

Pour les autres éléments :

- **Texte alternatif** : Il permet d'ajouter une courte **description** de l'image avec des mots clés supplémentaires. Il est indispensable car il est lu par les moteurs de recherche. Il constitue un texte de remplacement au cas où l'image ne s'afficherait pas, et facilite le référencement. Il sera également lu par les applications pour les malvoyants.
- **Titre**: texte qui s'affiche au survol de la souris. Il n'a pas d'effet sur le référencement des images, c'est par contre un plus en terme d'accessibilité et d'expérience utilisateur. De base, il prend le nom de votre fichier. Contrairement au nom du fichier image, il peut y avoir des accents et des espaces.
- **Légende**: elle correspond au texte affiché sous l'image, elle n'apporte pas de plus-value directe en terme de référencement.
- **Description**: elle sert pour les sites dont le contenu illustratif est primordial, par exemple un portfolio ou un site dédié à l'art ou à la photographie.



Nom du fichier : Appareil-photo.jpg
Type du fichier : image/jpeg
Téléversé le : 3 juin 2019
Taille du fichier : 84 KB
Dimensions : 640 pixels par 423

Texte alternatif
[Décrivez le but de l'image.](#) Laissez vide si l'image est purement décorative.

Titre

Légende

Description

Analyse de YOAST



WordPress SEO par Yoast

Général | Analyse de page | Avancé | Réseaux sociaux

- Ce mot-clé / cette phrase apparaît dans l'URL de cette page.
- Le mot-clé apparaît dans le premier paragraphe du texte.
- Le mot-clé / phrase-clé principal apparaît dans 3 (sur 10) sous-titres de votre texte. Bien que n'étant pas un facteur majeur pour le classement, cela est tout de même bénéfique.
- **Les images sur cette page contiennent du texte alternatif (attribut alt) avec le mot-clé / la phrase cible.**
- Cette page a 2 lien(s) externe(s).

2. OPTIMISATION DES URLS

Les URLS permettent de fournir à Google des liens contenant des mots clés pour l'analyse de votre page, <http://www.universbroderie.com/kits-broderie-point-de-croix.html> au lieu de <http://www.universbroderie.com/PBCPPlayer.asp?ID=790645>

Par défaut, les URLS dans WordPress ne sont pas optimisées. Google apprécie particulièrement les URLS courtes qui se terminent par une extension de type .HTML. Google peut ainsi faire la distinction entre une page et un répertoire.

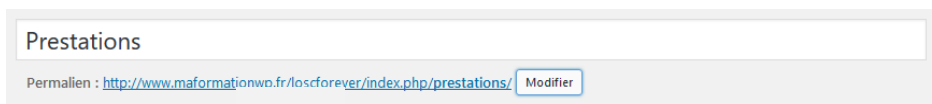
a. Conseils de rédaction

- Insérez 2 à 3 mots clés maximum dans l'URL.
- Séparez les mots clés par un tiret (-) et non pas par un underscore (_).
- Changez les lettres accentuées (é devient e, ç devient c), pas de majuscule.
- **Supprimer le préfixe Category des URLS des catégories :**


Pour supprimer facilement le préfixe « category » affiché automatiquement dans les URLS des pages des catégories. Il vous suffit simplement de renseigner un point (.) ou catégorie dans le champ intitulé « Préfixe des catégories » dans les réglages des permaliens :



Vous pouvez modifier l'URL de votre page directement dans celle-ci. En haut de votre page se trouve le permalien. Cliquez sur modifier.



Vous pouvez également passer par YOAST en modifiant le **slug**.

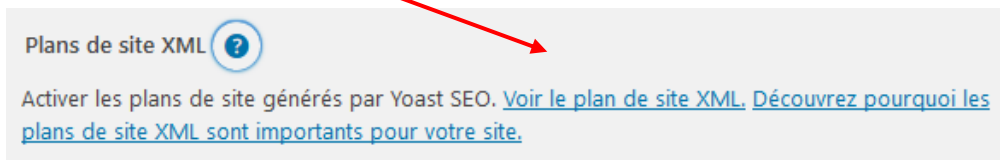
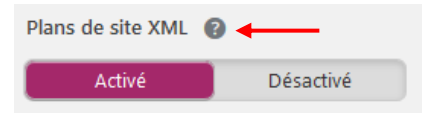


b. Pour les utilisateurs de Google Search console

Un sitemap XML répertorie les pages importantes d'un site Web, afin de permettre à Google de toutes les trouver et de toutes les analyser, et de l'aider à comprendre la structure de votre site Web.

Pour récupérer les liens des sitemaps automatiquement générés par WordPress SEO, allez dans **SEO** ▶ **Réglages généraux** ▶ **Fonctionnalités**.

Allez jusqu'à Plan du site XML. Cliquez sur le point d'interrogation. Une nouvelle ligne apparaît. Cliquez sur voir le plan de site XML.



Une page affiche ensuite les différents sitemaps générés par l'extension.

XML Sitemap

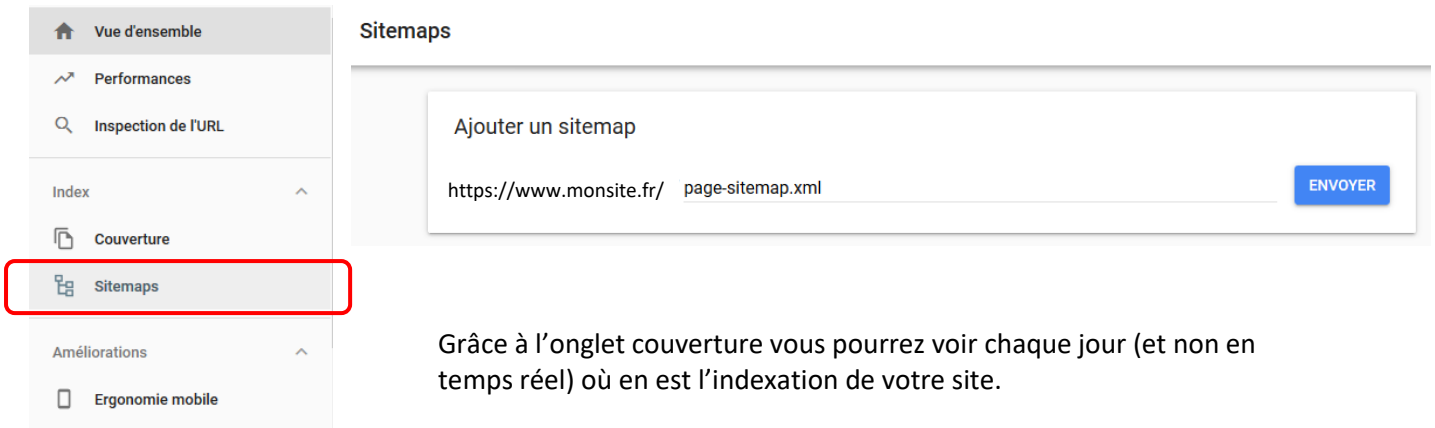
Generated by **YoastSEO**, this is an XML Sitemap, meant for consumption by search engines. You can find more information about XML sitemaps on sitemaps.org.

This XML Sitemap Index file contains 11 sitemaps.

Sitemap	Last Modified
http://www.r[redacted].xml	2017-03-13 15:03 +01:00
http://www.mo[redacted].nl	2018-12-05 12:28 +01:00
http://www.mo[redacted].xml	2018-12-03 17:17 +01:00
http://www.mo[redacted]	2017-12-10 20:23 +01:00
http://www.montri[redacted]	2018-11-29 00:11 +01:00

Il vous suffit maintenant d'ajouter les liens dans Google Search Console, outil gratuit d'aide au référencement (voir la partie suivante « Créer un compte Google Analytics et Search Console » pour voir comment créer le compte.

Allez dans « sitemaps ». Copiez uniquement **page-sitemap.xml** dans le champ prévu à cet effet puis cliquez sur envoyer.



Sitemaps

Ajouter un sitemap

https://www.monsite.fr/ page-sitemap.xml **ENVOYER**

Grâce à l'onglet couverture vous pourrez voir chaque jour (et non en temps réel) où en est l'indexation de votre site.

Pour connaître les pages réellement indexées dans Google, tapez dans Google l'expression **site:monsite.fr** (sans les https:// ni www).

- **Performances :**

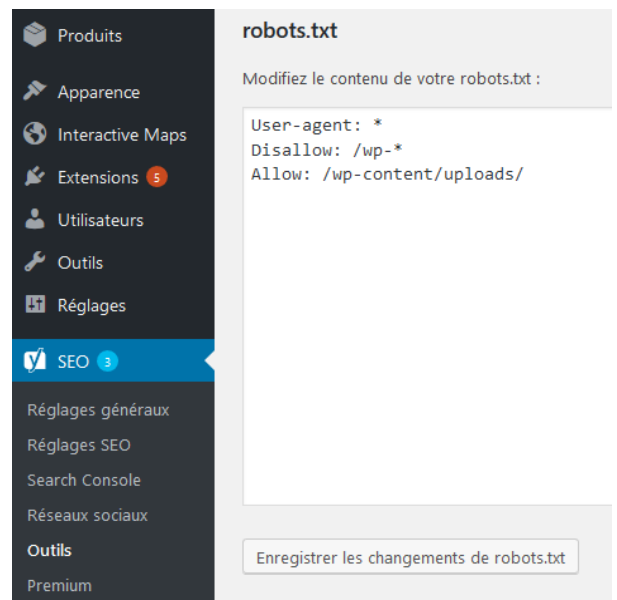
L'onglet « performances » vous donne le nombre d'impressions (nombre d'affichages dans Google en 1^{ère} page ou non, du contenu de votre site) et le nombre de clics effectués sur votre site (correspond théoriquement à ceux effectués par les visiteurs sur votre site en passant par Google).

- **Créer un fichier robots.txt**

Le fichier robots.txt est un fichier que l'on place à la racine de son serveur. Il permet aux moteurs de recherche d'indexer votre site internet c'est-à-dire d'analyser, de parcourir et de garder en mémoire votre contenu.

Il peut être automatiquement généré depuis YOAST SEO. Allez dans **SEO » Outils » Editeurs de fichiers**. Puis copiez le code ci-dessous :

```
User-agent: *
Disallow: /wp-*
Allow: /wp-content/uploads/
```



Produits

Apparence

Interactive Maps

Extensions 5

Utilisateurs

Outils

Réglages

SEO 3

Réglages généraux

Réglages SEO

Search Console

Réseaux sociaux

Outils

Premium

robots.txt

Modifiez le contenu de votre robots.txt :

```
User-agent: *
Disallow: /wp-*
Allow: /wp-content/uploads/
```

Enregistrer les changements de robots.txt

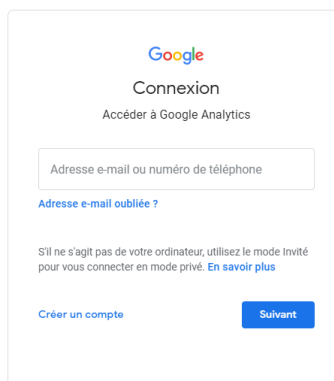
3. CONFIGURER GOOGLE ANALYTICS

Lors du lancement d'un site web, il est important de le relier à Google Analytics. Il vous transmettra de nombreuses informations concernant le nombre de vues, de visiteurs, la localisation des lecteurs, etc.

1^{ère} étape : créez votre compte Google Analytics

Tapez Google analytics ou cliquez sur le lien suivant : <https://analytics.google.com>

- Connectez-vous à votre compte Gmail



Google
Connexion
Accéder à Google Analytics

Adresse e-mail ou numéro de téléphone

[Adresse e-mail oubliée ?](#)

S'il ne s'agit pas de votre ordinateur, utilisez le mode invité pour vous connecter en mode privé. [En savoir plus](#)

[Créer un compte](#) [Suivant](#)

- Configurez votre compte

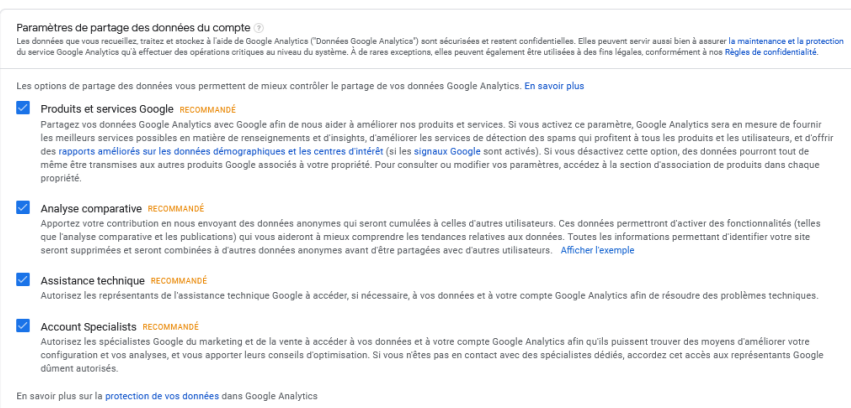
Détails du compte

Nom du compte (obligatoire)

Les comptes peuvent contenir plus d'un ID de suivi.

j'aime le référencement

Tout d'abord, **donnez un nom à votre compte** (par exemple, le nom de votre entreprise.



Paramètres de partage des données du compte

Les données que vous recueillez, traitez et stockez à l'aide de Google Analytics ("Données Google Analytics") sont sécurisées et restent confidentielles. Elles peuvent servir aussi bien à assurer la maintenance et la protection du service Google Analytics qu'à effectuer des opérations critiques au niveau du système. À de rares exceptions, elles peuvent également être utilisées à des fins légales, conformément à nos [Règles de confidentialité](#).

Les options de partage des données vous permettent de mieux contrôler le partage de vos données Google Analytics. [En savoir plus](#)

- Produits et services Google** **RECOMMANDÉ**
Partagez vos données Google Analytics avec Google afin de nous aider à améliorer nos produits et services. Si vous activez ce paramètre, Google Analytics sera en mesure de fournir les meilleurs services possibles en matière de renseignements et d'insights, d'améliorer les services de détection des spams qui profitent à tous les produits et les utilisateurs, et d'offrir des rapports améliorés sur les données démographiques et les centres d'intérêt (si les signaux Google sont activés). Si vous désactivez cette option, des données pourront tout de même être transmises aux autres produits Google associés à votre propriété. Pour consulter ou modifier vos paramètres, accédez à la section d'association de produits dans chaque propriété.
- Analyse comparative** **RECOMMANDÉ**
Apportez votre contribution en nous envoyant des données anonymes qui seront cumulées à celles d'autres utilisateurs. Ces données permettront d'activer des fonctionnalités (telles que l'analyse comparative et les publications) qui vous aideront à mieux comprendre les tendances relatives aux données. Toutes les informations permettant d'identifier votre site seront supprimées et seront combinées à d'autres données anonymes avant d'être partagées avec d'autres utilisateurs. [Afficher l'exemple](#)
- Assistance technique** **RECOMMANDÉ**
Autorisez les représentants de l'assistance technique Google à accéder, si nécessaire, à vos données et à votre compte Google Analytics afin de résoudre des problèmes techniques.
- Account Specialists** **RECOMMANDÉ**
Autorisez les spécialistes Google du marketing et de la vente à accéder à vos données et à votre compte Google Analytics afin qu'ils puissent trouver des moyens d'améliorer votre configuration et vos analyses, et vous apporter leurs conseils d'optimisation. Si vous n'êtes pas en contact avec des spécialistes dédiés, accordez cet accès aux représentants Google dûment autorisés.

En savoir plus sur la [protection de vos données](#) dans Google Analytics

Laissez les cases cochées et cliquez sur le bouton « suivant »

[Suivant](#)

You have access to 99 accounts. The maximum is 100.

[Suivant](#)

Vous devez ensuite configurer une propriété.

Une propriété correspond à une application ou à un site Web. Si vous avez deux sites web, vous aurez deux propriétés pour suivre leurs données.

- ⊙ Donnez un nom à votre propriété (vous pouvez reprendre le nom de votre site).
- ⊙ Choisissez le fuseau horaire de la France.
- ⊙ Choisissez l'euro comme devise.

Cliquez sur « suivant ».

2 Configuration de la propriété

Informations sur la propriété
 Une propriété correspond aux données sur les applications et/ou les sites Web d'une entreprise. Un compte peut comporter une ou plusieurs propriétés. [En savoir plus](#)
 * [Accédez à votre compte Firebase](#) si vous souhaitez créer une propriété pour un projet Firebase existant.

Créez une propriété Google Analytics 4 pour mesurer les données sur vos sites Web et/ou vos applications.

Nom de propriété

Fuseau horaire des rapports

France ▼ (GMT+01:00) heure : France ▼

Devise

euro (EUR €) ▼

Vous pourrez modifier ultérieurement les détails de cette propriété dans la section "Administration"

[Afficher les options avancées](#)

Donnez des informations sur votre entreprise.

- ⊙ Votre secteur d'activité (ou celui s'en rapprochant le plus).
- ⊙ La taille de votre entreprise.
- ⊙ Votre objectif en créant le compte Google analytics : cocher les cases correspondantes puis cliquez sur « créer ».

3 À propos de votre entreprise

Informations sur l'entreprise

Aidez-nous à adapter votre expérience en répondant à la question suivante.

Catégorie sectorielle

Sélectionnez un secteur ▼

Taille de l'entreprise

Petite – de 1 à 10 employés

Moyenne – de 11 à 100 employés

Grande – de 101 à 500 employés

Très grande – plus de 500 employés

Dans quel but souhaitez-vous utiliser Google Analytics pour votre entreprise ? Vous pouvez sélectionner plusieurs réponses.

Mesurer l'engagement des clients avec mon site ou mon application

Optimiser l'expérience des utilisateurs sur mon site ou dans mon application

Mesurer les données pour plusieurs appareils ou plates-formes

Optimiser mes frais publicitaires

Augmenter le nombre de conversions

Mesurer la monétisation du contenu

Analyser mes ventes en ligne

Mesurer les installations d'applications

Mesurer la génération de prospects

Autre


Vous devez accepter les conditions de Google analytics et les conditions supplémentaires applicables aux données partagées avec Google.

Choisissez « France » dans le menu déroulant, puis cochez les 2 cases « J'accepte ... » et enfin cliquez sur le bouton « J'accepte ».

Conditions d'utilisation de Google Analytics

Pour utiliser Google Analytics, vous devez d'abord accepter les conditions d'utilisation applicables à votre pays ou région.

France ▾



Conditions d'utilisation de Google Analytics

Les présentes conditions d'utilisation (le "Contrat") sont conclues

J'accepte également les [Conditions relatives au traitement des données](#) conformément au RGPD. [En savoir plus](#)

Conditions supplémentaires applicables aux données partagées avec Google

Vous avez indiqué que vous souhaitez partager vos données Google Analytics avec les produits et services Google. [En savoir plus](#)

Pour activer ce paramètre, vous devez consulter et accepter les Conditions relatives à la protection des données Responsable du traitement-Responsable du traitement de mesure ci-dessous, qui s'appliquent aux données que vous partagez avec Google au titre du RGPD.

Si vous ne voulez pas accepter ces conditions, vous pouvez toujours revenir à l'écran précédent pour désactiver le partage de données et poursuivre la création du compte.

Traitement du Service de mesure Google


Le client des Services de mesure qui accepte les présentes conditions (le "Client") a conclu un accord avec Google ou un revendeur tiers (selon le cas) concernant la fourniture des Services de mesure (ci-après "l'Accord", susceptible de faire l'objet de modifications occasionnelles), services par l'intermédiaire desquels le Client de l'interface utilisateur a activé le Paramètre de partage des données.

Les présentes Conditions relatives à la protection des données Responsable du traitement-Responsable du traitement du Service de mesure Google (les "Conditions du Responsable du traitement") sont conclues entre Google et

J'accepte les Conditions relatives à la protection des données Responsable du traitement-Responsable du traitement de mesure pour les données que je partage avec Google.

Configurez un flux de données.


Vous avez le choix entre 3 possibilités. Choisissez la dernière option : web.





Configurer un flux de données pour commencer à collecter des données

Les flux désignent les sources de données de vos propriétés. Une même propriété peut comporter plusieurs flux de données, chacun provenant d'une seule plate-forme. Vous pouvez afficher ces données dans vos rapports et dans Analyse.

Choose a platform

 Applications iOS

 Application pour Android

 Web

Indiquez votre nom de domaine en faisant bien attention que c'est le « **https://** » qui est sélectionné dans le menu déroulant.

Donnez un nom à votre flux puis cliquez sur « Créer un flux ».

Configurer votre flux Web

URL du site Web

https:// ▾

Nom du flux

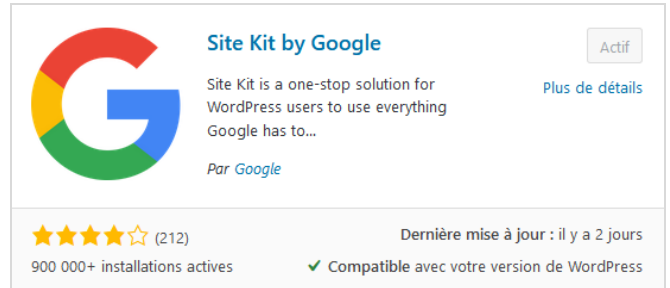
Mesures améliorées

Mesurez automatiquement les interactions et le contenu sur vos sites en plus des pages vues. Les données issues des éléments sur la page tels que les liens et les vidéos intégrées sont susceptibles d'être collectées avec les événements concernés. Vous devez vous assurer qu'aucune information personnelle ne sera envoyée à Google. [En savoir plus](#)

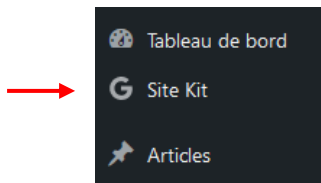
Mesure : Pages vues Défilements Clics sortants + 3 autre(s) ⚙️

2ème étape : raccordez votre site internet à Google Analytics

Nous allons utiliser l'extension « Site Kit ».
Si elle n'apparaît pas, activez-là dans la liste de vos extensions.
Si vous ne l'avez pas encore, téléchargez-là.



Allez dans **Site Kit**. Cliquez sur le bouton « SIGN WITH GOOGLE »/ « SE CONNECTER AVEC GOOGLE ».



Set up Site Kit

Get insights on how people find your site, as well as how to improve and monetize your site's content, directly in your WordPress dashboard.

Help us improve Site Kit by sharing anonymous usage data.
All collected data is treated in accordance with the [Google Privacy Policy](#).

SIGN IN WITH GOOGLE

Bienvenue sur Site Kit ! Nous allons procéder à la configuration

Pour confirmer que vous êtes le propriétaire du site [Mon trip, les voyages](#) et faciliter la configuration de votre propriété Search Console, [sitekit.withgoogle.com](#) doit accéder à [Mon trip, les voyages](#) et aux données de votre compte Google.

Vous devez pour lancer l'opération:

- 1 Confirmer que vous êtes le propriétaire du site
- 2 Autoriser [Mon trip, les voyages](#) à accéder aux données de votre compte Google
- 3 Configurer la Search Console

Se connecter avec Google Annuler



Cliquez sur
« Se connecter
avec Google »

Choisissez le compte Google utilisé pour analytics.
Cliquez 2 fois sur « Autoriser ».

Accorder l'autorisation à Site Kit

Afficher et modifier les données de la
● Search Console pour vos sites validés

1 / 2

Refuser Autoriser

Confirmez votre choix en cliquant sur « Autoriser »

Gérer la liste des sites et des domaines que vous contrôlez

Vérifiez que l'application Site Kit est digne de confiance

Il se peut que vous partagiez des informations sensibles avec ce site ou cette application. Lisez les [Conditions d'utilisation](#) et les [Règles de confidentialité](#) de l'application Site Kit pour savoir comment elle utilisera vos données. Vous pouvez à tout moment consulter ou supprimer les autorisations d'accès dans votre [compte Google](#).

[En savoir plus sur les risques encourus](#)

Annuler
Autoriser

Cliquez encore une fois sur « Autoriser » pour créer le compte Google search console.

Pour finir, cliquez sur « Accéder à mon tableau de bord ».

Bienvenue sur Site Kit ! Nous allons procéder à la configuration

✔ Vous êtes bien le propriétaire du site [Mon trip, les voyages](#)

2 **Autoriser [Mon trip, les voyages](#) à accéder aux données de votre compte Google**

Maintenant que nous avons confirmé que vous êtes le propriétaire du site [Mon trip, les voyages](#), vous devez autoriser celui-ci à accéder aux données de votre compte Google pour afficher des statistiques dans le tableau de bord Site Kit.

Vous pouvez consulter ou révoquer cette autorisation pour [Mon trip, les voyages](#) dans votre tableau de bord Site Kit à tout moment.

Autoriser
Annuler

3 Configurer la Search Console

Bienvenue sur Site Kit ! Nous allons procéder à la configuration

✔ Vous êtes bien le propriétaire du site [Mon trip, les voyages](#)

✔ [Mon trip, les voyages](#) peut accéder aux données de votre compte Google

✔ [Mon trip, les voyages](#) est configuré dans la Search Console

Félicitations !

Vous avez configuré Site Kit. Vous pouvez désormais voir comment votre site s'affiche dans les résultats de recherche Google, combien vous avez de visiteurs, quelles sont vos pages les plus demandées et comment les internautes les ont trouvées via la recherche.

Accéder à mon tableau de bord

4. CONFIGURER SON ADRESSE MAIL PROFESSIONNELLE

Votre hébergeur vous permet de créer des adresses mail personnalisées comme contact@monsite.fr ou sav@monsite.fr

Le nombre d'adresses que vous pouvez créer dépend du type d'hébergement que vous avez pris.

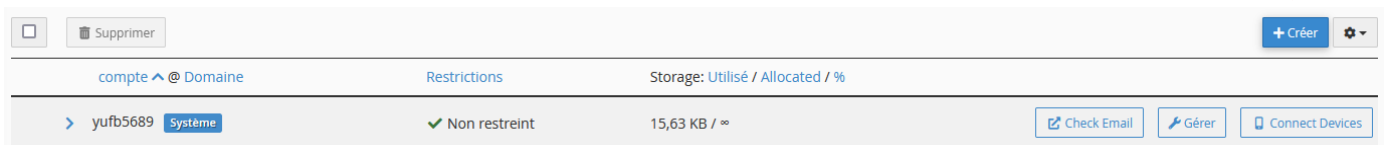
a. Chez O2switch

Rendez-vous dans l'espace d'administration général de votre compte web. Allez jusqu'à la partie « Email ».

Cliquez sur « Comptes de messagerie ».



Cliquez sur le bouton « créer ».



CREATE AN EMAIL ACCOUNT Show/Hide Help ?

1 **Domaine** ?

montriplesvoyages.com

Missing a domain? Check the *Missing a domain?* section to find out how you can create one.

2 **Nom d'utilisateur** ?

@montriplesvoyages.com

Missing a domain?

3 **Mot de passe**

Set password now.
 Send login link to alternate email address.

Générer

▼

4 **Optional Settings** Edit Settings

Storage Space ?

Illimité

5 **Automatically Create Folders for Plus Addressing** ?

Automatically Create Folders
 Do Not Automatically Create Folders

6 Send a welcome email with instructions to set up a mail client.

Stay on this page after I click *Create*.

+ Créer

← Retour

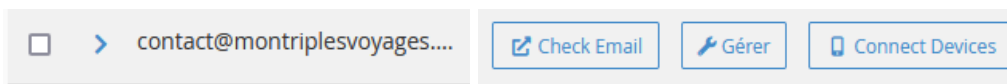
- 1** • **Domaine** : choisissez domaine pour lequel vous voulez créer l'adresse mail. Si votre domaine ne s'affiche pas alors il faut l'ajouter avec l'outil domaine supplémentaire.
- 2** • **Nom d'utilisateur** : c'est dans ce champs que vous indiquez l'adresse email que vous souhaitez créer. Prenez garde, le domaine est déjà pré-rempli, vous n'avez qu'à remplir la première partie de l'adresse email (exemple "contact").
- 3** • **Mot de passe** : choisissez votre mot de passe. Vous pouvez aussi décider de générer un mot de passe complexe en cliquant sur « Générer ».

Cliquez sur « Edit settings » pour afficher d'autres paramètres.

- 4 • **Storage space** : vous choisissez la taille maximale de la boîte email, vous pouvez choisir illimité pour ne pas être restreint. Lorsque votre boîte email est pleine, les nouveaux messages sont refusés.
- 5 • **Automatically Create Folders for Plus Addressing** : définit le comportement à adopter dans le cas du plus addressing. C'est un usage plus avancé. Le plus addressing consiste à créer dynamiquement plusieurs déclinaisons d'une adresse email en ajoutant +quelquechose après le nom d'utilisateur. Exemple : votre adresse principale est contact@domaine.tld. L'adresse contact+quelquechose@domaine.tld répondra aussi, ainsi que contact+autrechose@domaine.tld.
- 6 • **Send a welcome email with instructions to set up a mail client** : si vous cochez cela, un email sera envoyé à l'adresse email créée avec les paramètres de configuration à utiliser pour configurer un logiciel de messagerie. Laissez coché pour recevoir ce guide.

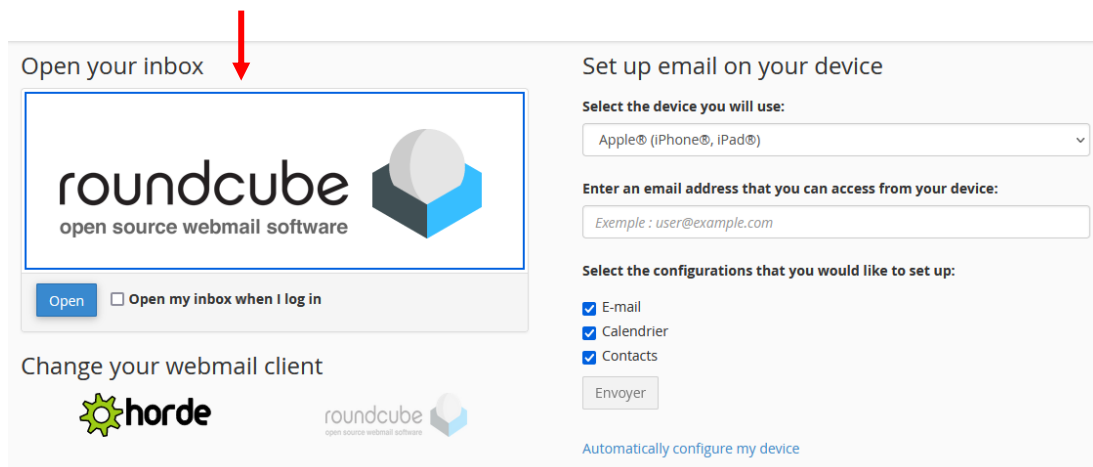
Cliquez sur « Créer » pour finir la création du mail.

Votre adresse apparaît dans la liste. Plusieurs boutons sont disponibles.
Si vous voulez changer de mot de passe, il vous faudra cliquer sur « Gérer ».



Pour vous connecter à votre boîte mail, cliquez sur **Check email**.

Cliquez ensuite sur roundcube.



Vous pouvez aussi configurer votre adresse mail sur un client de messagerie (outlook...), c'est-à-dire que vous recevrez et enverrez des messages via votre boîte mail classique.

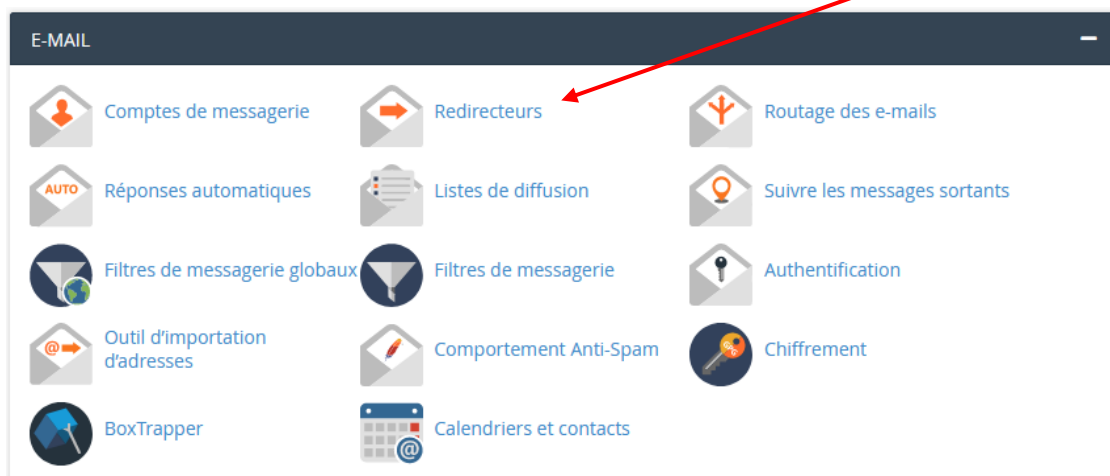
Suivez les tutos à l'adresse suivante : <https://faq.o2switch.fr/hebergement-mutualise/gestion-emails#configuration-des-logiciels-de-messageries>

Dernière possibilité pour consulter vos emails sans passer par le webmail : **la redirection**.

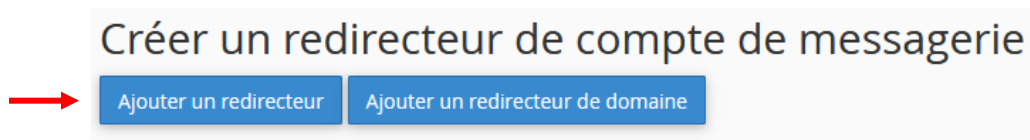
La redirection permet de transmettre tous les emails reçus sur un compte email vers une autre adresse de votre choix comme par exemple une adresse Gmail. Vous pourrez ainsi lire vos messages via votre gmail.

Attention, les messages re-transférés auront une très forte chance de passer en spam. Pensez à vérifier vos spams.

Retournez sur la page d'accueil. Allez jusqu'à la partie « Email » puis cliquez sur « Redirecteurs ».



Cliquez sur « Ajouter un redirecteur ».



Ajouter un nouveau redirecteur

Adresse

Adresse à transférer :

1 @

Domaine

2

Destination

3 Transférer à l'adresse e-mail

Supprimez et envoyez une erreur à l'expéditeur (à l'heure SMTP).
Message d'échec (vu par l'expéditeur)

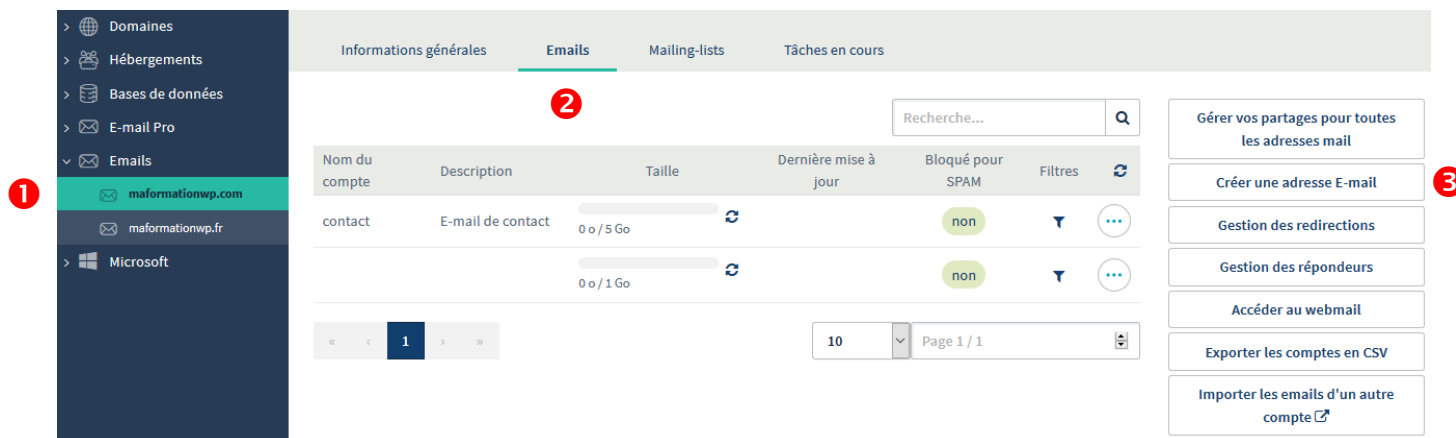
Options avancées ▾

- 1 • Choisissez l'adresse à transférer. Dans notre exemple, nous reprenons « contact ».
- 2 • Choisissez ensuite le domaine.
- 3 • Enfin, indiquez l'adresse mail vers laquelle les mails seront redirigés.

Si vous redirigez vers une adresse d'un autre prestataire (Gmail par exemple), il n'est pas exclu que ces messages soit bloqués chez ce prestataire, sur son filtre antispam. Le plus fiable serait de configurer Gmail pour qu'il récupère les messages de votre boîte en POP, sinon assurez-vous bien que le prestataire distant ne bloque pas les messages transférés.

b. Chez OVH

Allez dans votre espace client chez OVH. Dans la barre latérale, cliquez sur « Emails » **1**, choisissez votre nom de domaine puis cliquez sur « Emails » **2**. Cliquez enfin sur « créer une adresse E-mail » **3**.



Nom du compte	Description	Taille	Dernière mise à jour	Bloqué pour SPAM	Filtres
contact	E-mail de contact	0 o / 5 Go		non	▼ ⋮
		0 o / 1 Go		non	▼ ⋮

Créer une adresse E-mail Étape 1 sur 3

Vous allez créer un nouveau compte email

* Les champs suivis d'un astérisque sont obligatoires.

Nom du compte : *

contact @maformationwp.com

Description du compte :

Mail de contact

Taille du compte :

5 Go

Mot de passe : *

.....

Créez le nom du compte (par exemple « contact »).

Remplissez la description du compte (par ex : mail de contact).

Définissez un mot de passe.

Connexion au webmail

Votre adresse e-mail

adresse@domaine.com

Mot de passe

Mot de passe

Mémoriser cette adresse

Connexion

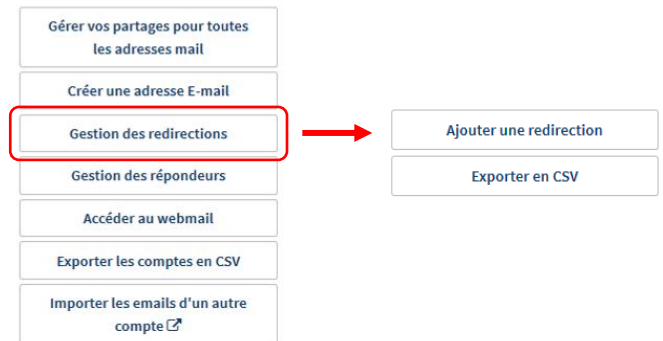
Pour accéder à votre boîte mail, lire et répondre à vos messages, il vous suffit d'aller à l'adresse suivante :

<https://www.ovh.com/fr/mail/>

Indiquez l'adresse mail créée (contact@monsie.com) et le mot de passe préalablement choisi.

Vous pouvez également faire ce que l'on appelle une **redirection** : les mails reçus à cette adresse seront transférés vers une autre boîte mail (Outlook, Gmail ...) que vous consultez plus régulièrement.

Cliquez sur « Gestion des redirections » puis sur « Ajouter une redirection ».



Créer une redirection

Vous allez créer une redirection pour le compte **maformationwp.com**

Veuillez renseigner les informations de redirection

* Les champs suivis d'un astérisque sont obligatoires.

De l'adresse : *

contact 1	@	sous-domaine (facult	maformationwp.com
------------------	---	----------------------	-------------------

Vers l'adresse : *

2

Choisissez un mode de copie : *

Veuillez sélectionner une option

Veuillez sélectionner une option

Conservé une copie du mail chez OVH

Ne pas conserver de copie du mail

Indiquez le nom de l'adresse mail pour laquelle les mails vont être redirigés. **1**

Renseigner l'adresse mail de redirection, c'est-à-dire celle qui va recevoir les mails. **2**

2 choix se présentent ensuite à vous :

- Conserver une copie du mail chez OVH : cela vous permet de garder une trace du mail au cas où vous le supprimeriez par erreur dans votre boîte mail de redirection. Inconvénient : cela prend de l'espace de stockage (5 GO par boîte mail).
- Ne pas conserver de copie : si vous le supprimez dans la boîte mail de redirection, vous n'aurez plus aucune trace de lui.

Vous pouvez paramétrer votre messagerie de redirection (Outlook par exemple) pour que vos réponses apparaissent avec l'adresse mail contact@votresite.fr

Pour cela, rendez-vous sur l'aide en ligne OVH : <https://docs.ovh.com/fr/emails/> ►► **Configuration sur une interface en ligne.**

Vous y trouverez les configurations pour les comptes Gmail et Outlook.

XIII. INTEGRER LES ELEMENTS REGLEMENTAIRES

En tant que professionnel, vous devez respecter un certain nombre d'éléments réglementaires, ce qui se traduira par la création de pages complémentaires.

► La page des **mentions légales** :

Tout site internet doit permettre d'identifier son responsable et son hébergeur.

Le manquement à ces obligations peut être sanctionné jusqu'à 1 an d'emprisonnement, 75 000 € d'amende pour les personnes physiques et 375 000 € d'amende pour les personnes morales.

Téléchargez un modèle de mentions légales sur la plateforme de ressources numériques :

<https://prn.bge-hautsdefrance.fr/les-fondamentaux-de-mon-site>

Retrouvez également des informations sur le site du ministère de l'économie

<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/site-internet-mentions-obligatoires#>

► La page de la **confidentialité** :

Élément essentiel du RGPD, elle concerne **toute entreprise qui traite des données personnelles** pour son compte ou non, dès lors :

- qu'elle est établie sur le territoire de l'Union européenne ;
- que son activité cible directement des **résidents** européens.

Le RGPD concerne aussi les sous-traitants qui traitent des données personnelles pour le compte d'autres organismes.

Une politique de confidentialité apporte des garanties nécessaires à votre entreprise et à vos utilisateurs. Votre politique de confidentialité en ligne doit expliquer aux utilisateurs :

- quelles sont les informations (les données) que vous collectez,
- la façon dont vous collectez ces informations,
- vos modalités de conservation et de protection de ces informations.

La politique de confidentialité n'est pas réservée qu'aux sites internet. Même sans site internet, une entreprise qui collecte des données personnelles est concernée par le RGPD.

Pour plus d'information, vous pouvez consulter le guide sur le RGPD sur le site de la CNIL :

<https://www.cnil.fr/fr/rgpd-de-quoi-parle-t-on>

► La page de **politique de cookies** :

Lorsqu'ils visitent votre site web, les utilisateurs doivent être informés et donner leur consentement préalablement au dépôt ou la lecture de cookies ou autres traceurs.

Utilisez l'extension **Complianz** pour paramétrer les cookies et le bandeau d'information.

Plus d'informations sur le site de la CNIL : <https://www.cnil.fr/fr/cookies-et-traceurs-comment-mettre-mon-site-web-en-conformite>

►► **Le lien électronique vers la plateforme de règlement en ligne des litiges (RLL) – pour les sites e-commerce.**

Il ne s'agit pas d'une page en tant que telle mais d'une obligation à respecter en tant que site de vente en ligne. En effet, vous devez indiquer le lien suivant :

<https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/index.cfm?event=main.home.show&lng=FR>

Ce lien doit être aisément accessible aux consommateurs.

Vous devez également faire apparaître **votre adresse électronique**.

L'article 14 du [règlement n°524/2013 du 21 mars 2013 relatif au règlement en ligne des litiges de consommation](#)

►► **Le médiateur de la consommation :**

Vous devez, en tant que professionnel, permettre à tout **consommateur** l'accès à un dispositif de médiation de la consommation en vue de la résolution amiable de tout éventuel litige. Pour y répondre, vous devez choisir un médiateur (à votre charge) et communiquer au consommateur ses coordonnées.

Le nom et les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont vous relevez doivent être inscrits de manière visible et lisible :

- sur votre site internet, si vous disposez d'un tel support,
- sur vos conditions générales de vente ou de service,
- sur vos bons de commande,

Plus d'informations : <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/vous-etes-professionnel>

►► **La page des C.G.V.** qui servent à définir la relation entre vous (le vendeur) et les acheteurs.

On y trouve notamment la description des produits vendus, les moyens de paiement acceptés, les conditions de remboursement etc... L'objectif est de cadrer l'opération de vente pour éviter tout litige et rassurer le client.

Vous pouvez vous rapprocher d'un professionnel pour leurs rédactions. Le site « Captain Contrat » <https://www.captaincontrat.com/> vous propose également de rédiger vos documents juridiques pour une somme raisonnable et les avis clients sont positifs.

Vous pouvez intégrer ces pages à votre pied de page par le biais d'un menu pied de page ou dans la page commande/panier (pour les sites e-commerce).

XIV. SAUVEGARDER SON SITE INTERNET

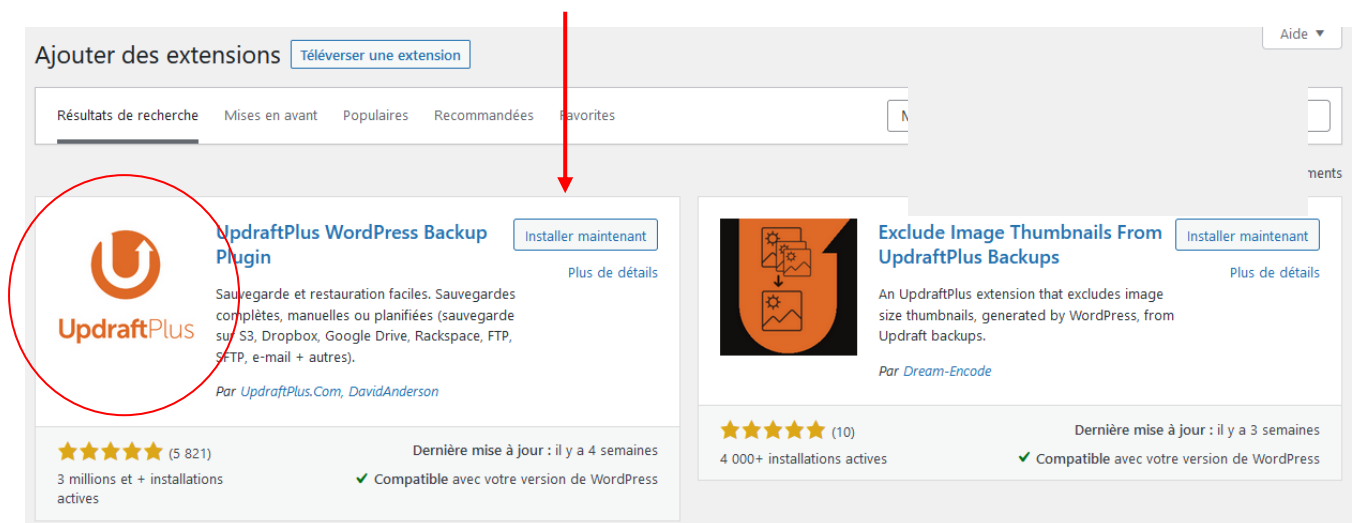
En plus des sauvegardes automatiques faites par votre hébergeur, il est conseillé d'en faire une via WordPress. Vous pouvez faire également une sauvegarde manuellement chez votre hébergeur.

1. SAUVEGARDER LE SITE ET LA BASE DE DONNEES VIA L'INTERFACE WORDPRESS

L'extension UPDRAFTPLUS vous nous permettre de sauvegarder notre site en quelques clics.

- **1^{ère} étape : installer l'extension UPDRAFTPLUS (si pas encore installée).**

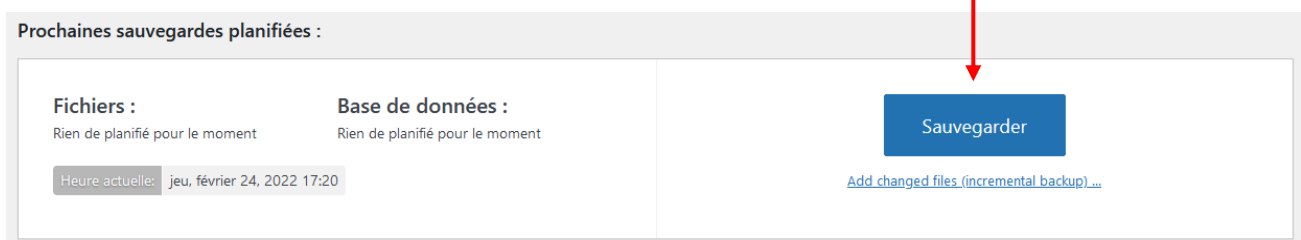
Dans le bandeau latéral, passez votre souris sur « **Extensions** » et cliquez sur « **Ajouter** ». Dans la barre de recherche en haut à droite, tapez « **UPDRAFTPLUS** ». Cliquez sur « **Installer maintenant** » sur l'extension « **UpdraftPlus WordPress Backup Plugin** ». N'oubliez pas de l'activer.



- **2^{ème} étape : sauvegarder votre site.**

Dans **Réglages** ► **Sauvegardes Updraftplus.**

Cliquez sur « **Sauvegarder** »



UpdraftPlus - Effectuer une sauvegarde
✕

Effectuer une nouvelle sauvegarde

Inclure votre base de données dans la sauvegarde (...)

Inclure vos fichiers dans la sauvegarde (...)

La sauvegarde ne sera envoyée vers aucun stockage distant ; rien n'a été sauvegardé dans le Paramètres. Vous ne possédez pas de stockage distant ? [Voir Vault UpdraftPlus](#)

Autoriser uniquement cette sauvegarde à être supprimée manuellement (c.-à-d. la conserver même si les limites de rétention sont atteintes).

→

Une fenêtre s'ouvre.
Cliquez seulement sur
« Sauvegarder ».

Après quelques secondes d'attente, votre sauvegarde est effectuée.

- **3^{ème} étape : télécharger la sauvegarde sur votre ordinateur.**

Pour plus de sécurité, vous allez enregistrer cette sauvegarde sur votre ordinateur. Elle vous sera utile pour restaurer votre site en cas de plantage de ce dernier.

Sauvegardes existantes 1

Autres tâches : [Téléverser des fichiers de sauvegarde](#) | [Scanner le dossier local pour recherche de nouveaux lots de sauvegarde](#) | [Scanner l'espace de stockage distant](#)

<input type="checkbox"/>	Date de la sauvegarde	Données sauvegardées (cliquer pour télécharger)	Actions
<input type="checkbox"/>	Feb 28, 2022 11:44	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <input type="button" value="Base de données"/> <input type="button" value="Extensions"/> <input type="button" value="Thèmes"/> <input type="button" value="Téléversements"/> <input type="button" value="Autres"/> </div>	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <input type="button" value="Restaurer"/> <input type="button" value="Supprimer"/> <input type="button" value="Voir le journal"/> </div>

Pour cela, **cliquez sur les 5 boutons de la sauvegarde** : base de données, extensions, thèmes, téléversements et autres.

A chaque fois que vous cliquez sur un de ces boutons, un bloc apparaît au-dessus. Cliquez sur « **Télécharger sur votre ordinateur** » et enregistrez-le sur votre ordinateur.

Télécharger db (Feb 28, 2022 11:44):

db:

Fichier prêt. Actions:

<input type="checkbox"/>	Date de la sauvegarde	Données sauvegardées (cliquer pour télécharger)	Actions
<input type="checkbox"/>	Feb 28, 2022 11:44	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <input type="button" value="Base de données"/> <input type="button" value="Extensions"/> <input type="button" value="Thèmes"/> <input type="button" value="Téléversements"/> <input type="button" value="Autres"/> </div>	<div style="display: flex; gap: 5px;"> <input type="button" value="Restaurer"/> <input type="button" value="Supprimer"/> <input type="button" value="Voir le journal"/> </div>

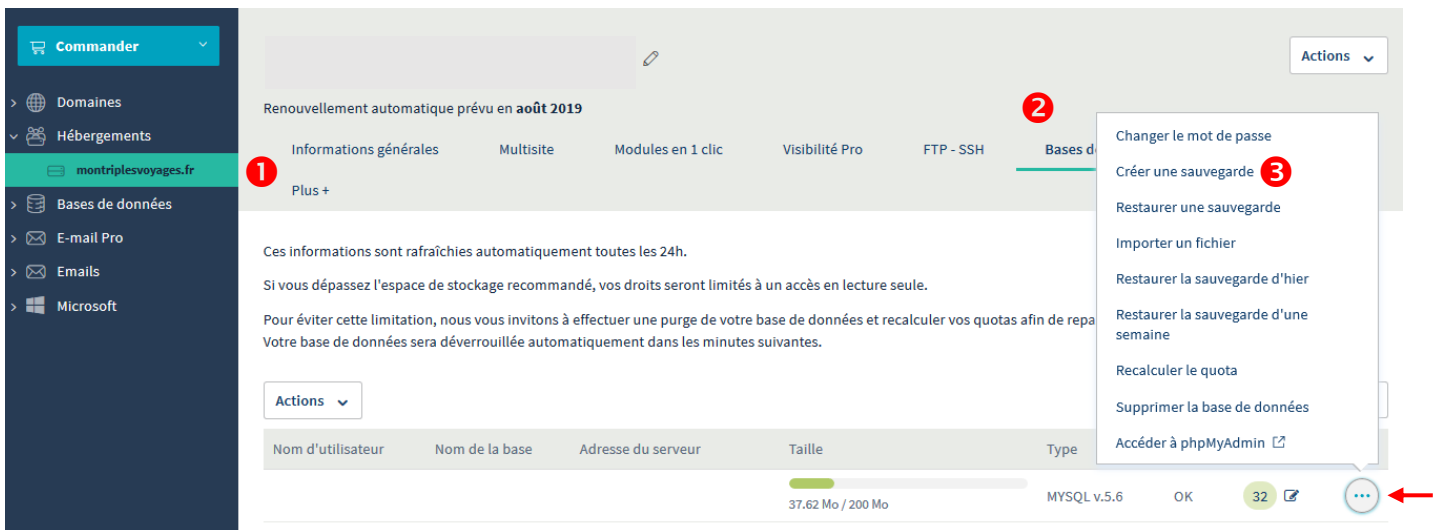
2. SAUVEGARDER LE SITE ET LA BASE DE DONNEES VIA L'HEBERGEUR

a. OVH

Connectez-vous à votre espace client OVH.

Allez dans Hébergement, cliquez sur le nom de votre site **1** puis allez dans l'onglet « Base de données ». **2**

Votre base de données s'affiche, cliquez sur **...** qui se trouve au bout de la ligne puis sur « créer une sauvegarde » **3** OVH vous propose de créer une sauvegarde de votre site maintenant, hier ou il y a une semaine. Vous recevrez un mail avec un lien pour télécharger un fichier.



Renouvellement automatique prévu en **août 2019**

Informations générales Multisite Modules en 1 clic Visibilité Pro FTP - SSH Bases de données

Plus +

Ces informations sont rafraîchies automatiquement toutes les 24h.

Si vous dépassez l'espace de stockage recommandé, vos droits seront limités à un accès en lecture seule.

Pour éviter cette limitation, nous vous invitons à effectuer une purge de votre base de données et recalculer vos quotas afin de repasser dans les limites recommandées. Votre base de données sera déverrouillée automatiquement dans les minutes suivantes.

Actions

Nom d'utilisateur	Nom de la base	Adresse du serveur	Taille	Type
			37.62 Mo / 200 Mo	MYSQL v.5.6 OK 32

- Changer le mot de passe
- Créer une sauvegarde **3**
- Restaurer une sauvegarde
- Importer un fichier
- Restaurer la sauvegarde d'hier
- Restaurer la sauvegarde d'une semaine
- Recalculer le quota
- Supprimer la base de données
- Accéder à phpMyAdmin

b. O2SWITCH

Pour sauvegarder notre site, il faut avoir à un instant t les fichiers ET la base de données.

Commençons par les fichiers.

Se connecter à o2switch via le cPanel



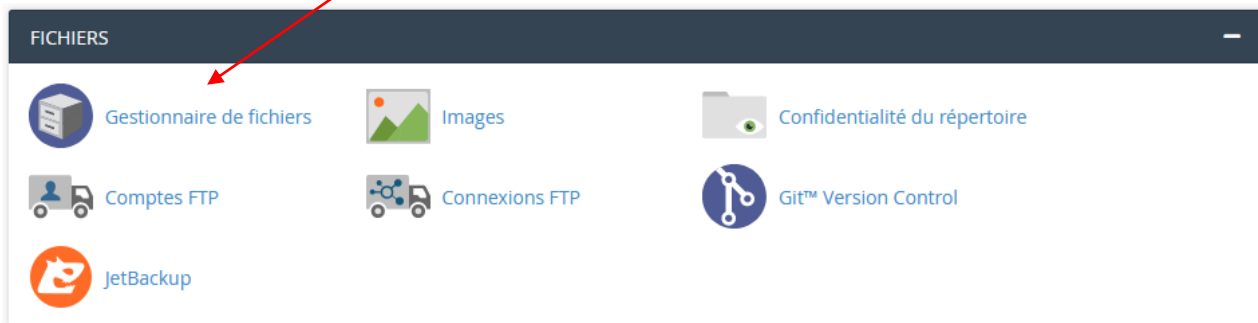
o2switch

Nom d'utilisateur
paca3966

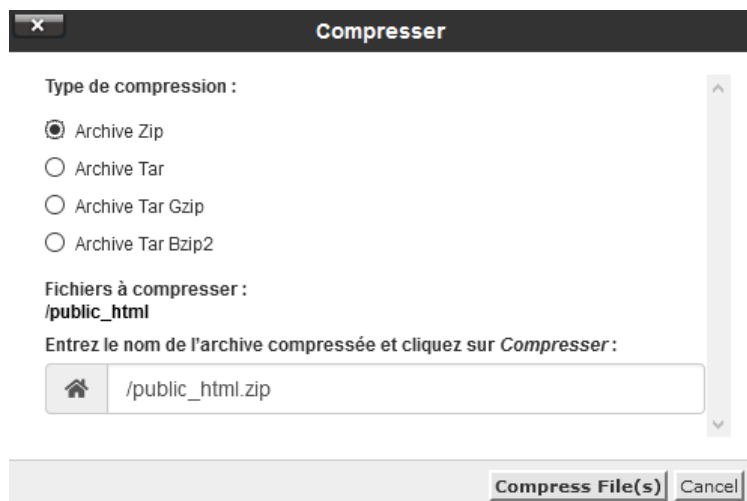
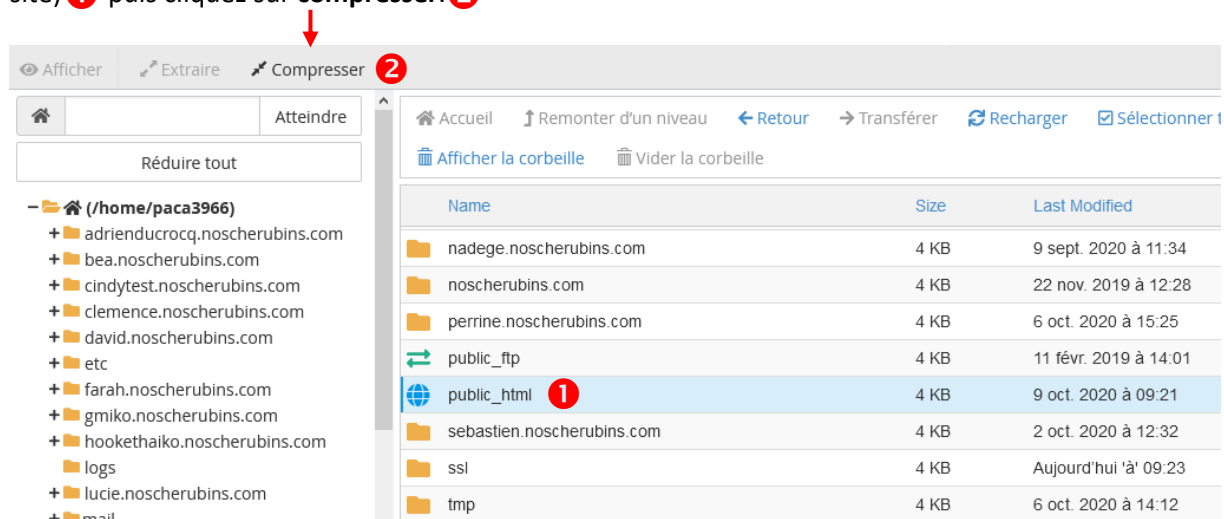
Mot de passe
.....

Connexion

Allez dans **Fichier** ➔ **Gestionnaire de fichiers**



Dans la partie droite, allez chercher le dossier **public_html** (c'est l'ensemble des fichiers de notre site) **1** puis cliquez sur **compresser**. **2**

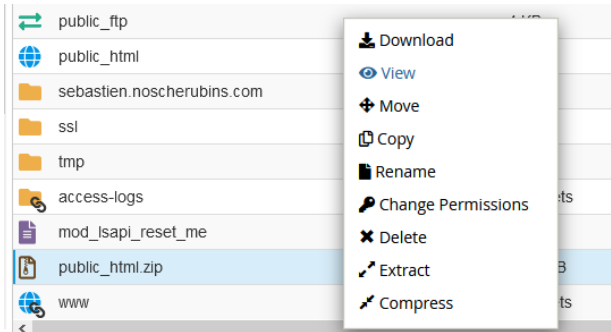


Sélectionnez « **Archive Zip** » puis cliquez sur « **Compress File(s)** »

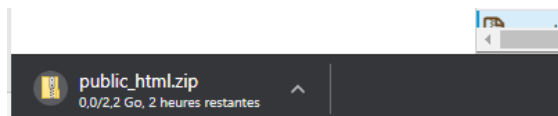
Un récapitulatif s'affiche.



Un fichier nommé public_html.zip s'est créé. On fait un « clic droit » sur ce dernier puis sur « Download ».



Il arrive dans notre dossier de téléchargement sur l'ordinateur.

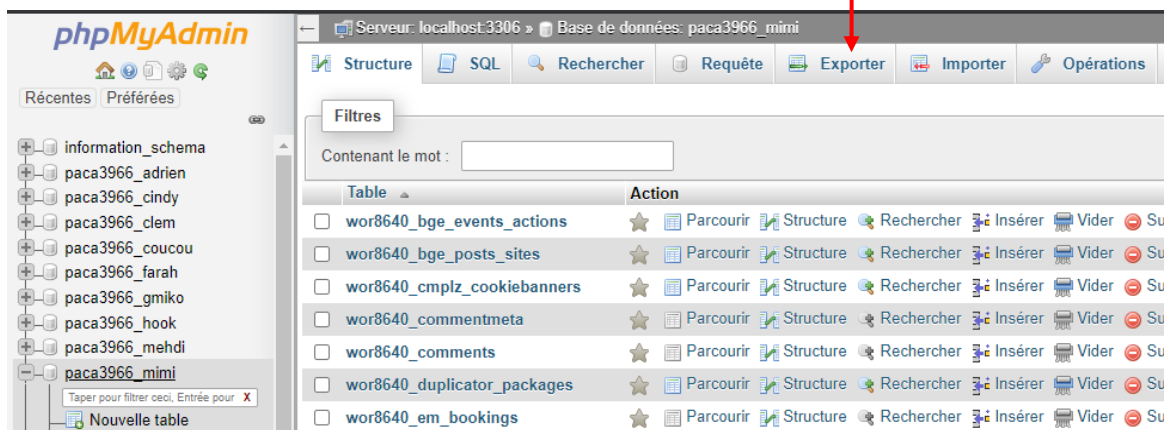


Maintenant qu'on a les fichiers, passons à la base de données. Cliquer sur **phpMyAdmin** dans « base de données ».

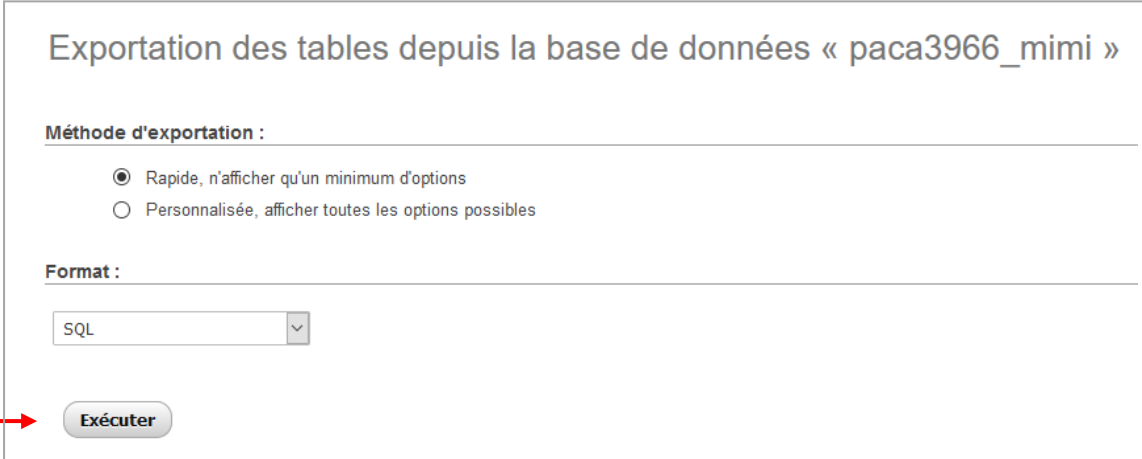


L'ensemble des bases s'affiche à gauche, cliquez sur celle qui vous intéresse. Sur la copie d'écran, nous avons beaucoup de sites, mais vous n'en aurez qu'un seul. La base porte un nom qui ressemble à votre identifiant cPanel, et ce n'est surtout pas information_schema.

Cliquez sur **Exporter**.



Gardez les options par défaut puis cliquez sur « Exécuter ». La base de données est téléchargée.



Exportation des tables depuis la base de données « paca3966_mimi »

Méthode d'exportation :

Rapide, n'afficher qu'un minimum d'options
 Personnalisée, afficher toutes les options possibles

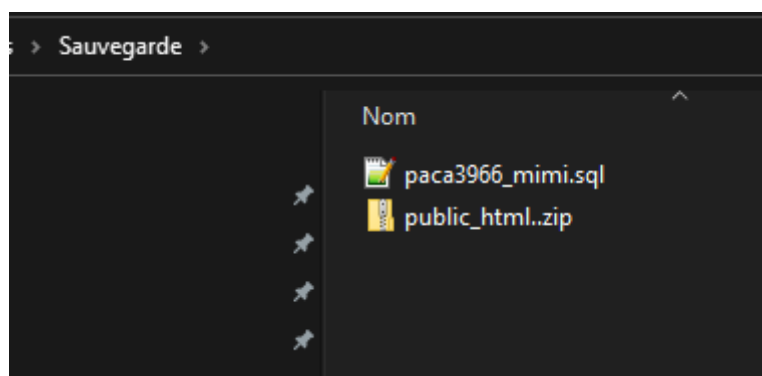
Format :

SQL

Exécuter

On peut donc créer un dossier sur notre ordinateur avec les 2 fichiers téléchargés :

- public_html.zip qui contient les fichiers
- aaaa0000_bdd.sql (← ceci est un exemple de nom) qui contient la base de données



3. RESTAURER SON SITE

Restaurer votre sauvegarde WordPress peut vous aider à récupérer votre site lorsque quelque chose ne marche plus ou quand vous n'y avez plus accès.

Pour cela, suivez les manipulations présentées en page 24 de ce document : restauration de la sauvegarde updraftplus. Cette fois-ci, vous ne restaurerez pas le modèle BGE mais bien la sauvegarde de votre site.

Lorsque votre site sera fini

Ne pas oublier de venir décocher « demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer » dans **Réglages** ➤ **Lecture**

Visibilité pour les moteurs de recherche

Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer ce site

Certains moteurs de recherche peuvent décider de l'indexer malgré tout.

Et n'oubliez pas de désactiver le mode maintenance 😊

Pour finaliser votre site n'hésitez pas à nous rejoindre au WORKSHOP de notre DIGITAL CORNER ENTREPRENEUR

