

Présentation

Auditer une communication numérique



Le 3 janvier 2023

Théo Le Gourrierc
Yann Le Torc'h
Owen Le Morvan
Melvyn Le Pape

//Intitulé de la SAE 101

Auditer une communication numérique d'un site web d'une entreprise locale.

Notre cas est Loxam : loxam.fr

//Mots clé

Recherche, analyse, veille, site web, communication, amélioration.

//Description du projet

● Contexte

La SAE 101 nous donne comme travail de réaliser une analyse de site d'une entreprise locale (Bretagne) grâce à différents audits et pistes. Dans notre cas, on analysera le site web de Loxam qui est une société de location de matériel BTP et nous sommes chargées de décomposer le site web web en différents livrables présentés ci-dessous

● Objectif générale

Analyser un site web afin de comprendre au mieux son fonctionnement

● Objectifs spécifiques

1. Associer les ressources liées à la compréhension des enjeux de communication et à l'ergonomie pour auditer un site web, une marque, un produit.
2. Sensibiliser à la nécessité de prendre en compte les attentes des utilisateurs et de comprendre la situation de communication.
3. Découvrir et appliquer les méthodes et outils pour mener ces audits de manière professionnelle.
4. Apprendre à rédiger un rapport d'audit.

Contexte

Auditer une communication numérique



Audit - Contexte

Loxam a été créée en Juillet 1967 tout d'abord sous le nom de SAM par M. le Du et M. Joseph Robin, l'entreprise se développe de plus en plus en Bretagne et dans le Loire-Atlantique jusqu'en 1978, puis ensuite racheté par La Lyonnaise des Eaux puis encore racheté par le groupe Origny Desvroise en 1987 et 7 ans après SAM Location devient Loxam.

Le groupe Loxam pionnier de la location dans la construction, l'industrie ou des métiers de service. Loxam a toujours su anticiper, innover et accompagner leurs clients, ce qui fait d'eux les 4ème meilleur loueur mondial.

Le parc de matériels de Loxam est le 1er d'Europe grâce à ses 650 000 machines permettant ainsi de répondre à tous les besoins de leurs clients que ce soit du petit outil comme au plus grand pour couvrir toutes les demandes des clients.

Loxam est très impliqué dans la préservation de l'environnement, car en effet elle a été le premier loueur de matériel au monde à obtenir le niveau 3 de la norme 26000 pour sa politique RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises). L'entreprise est certifiée ISO 4500 car elle est aussi très soucieuse de la sécurité et de la condition de travail de ses collaborateurs. Une reconnaissance qui illustre la volonté du Groupe de s'impliquer de manière active sur ce sujet.

Loxam est considérée comme une entreprise socialement responsable, ce qui implique d'agir en conformité avec les attentes de la société. Plusieurs ambitions illustrent Loxam comme volontairement intégré les enjeux de sécurité et sociaux dans ses relations avec les parties prenantes internes comme externes.

On remarque que leurs valeurs sont la Solidarité - Accessibilité - Environnement - Qualité. Loxam souhaite permettre aux particuliers et aux professionnels de pouvoir louer du matériel sans pour autant l'acheter.

Pour conclure, Loxam est avant tout une entreprise qui repose sur le relationnel et le professionnel que l'équipe Loxam entretient avec ses clients depuis plus de 50 ans !

Économique

Auditer une communication numérique



Audit - Économique

Loxam	Chiffre d'affaire	Coût	Résultat net
	2018 : € 2020 : 1,98 milliard € 2021 : 2,2 milliard €	Loyer : 1060 agences Charge totale(2021) : 239 500 900 € +650 000 € de matériel à louer	2018 : 74 509 100 €

10% de chiffre d'affaire de + en 2021 comparer à 2020

Fond propre : 2018 : 636 901 300 €

prêt de garantis :

<https://www.verif.com/bilans-gratuits/LOXAM-450776968/>

Loxam-Caudan	Coût	Chiffre d'affaires/ bénéfices
2021	Ressources humaines : 4 346 employé// Charges et salaires : 230 501 901 €//	CA : 819 031 217 € 2021 benef : 92 917 323 € 2021 Capital social : 229 818 150 €
2018	Ressources humaines : 4 105 //employé 207 414 600 €//	CA : 794 875 542€ benef : 74 509 098 €

Constat :

Dans le monde :

L'entreprise Loxam qui propose un service de location dans le matériel de BTP à passé les 2 milliards € de chiffre d'affaires, historiquement la meilleure performance depuis sa création contre 1,5 Milliard € en 2018, ¼ de plus en 3 ans.

En Bretagne :

Le résultat net ainsi que les coûts tels que les charges, les salaires à payer ne sont indiqués que pour les agences du Loxam basé en Bretagne. Grâce au bilan fait par l'agence de CAUDAN. Le chiffre d'affaires en Bretagne représente plus de 40 % du chiffre d'affaires total et qui représente 819 031 217 € en 2021 et 794 875 542 € en 2018. Le bénéfice représente lui un peu plus de 10 % du chiffre d'affaires avec 92 917 323 €. L'entreprise compte 4 346 employés, elle paye donc 230 501 901 € de charges et salaire compris, contre 207 414 600 € avec 4 105 employés en 2018.

Conclusion :

L'entreprise voit son chiffre d'affaires augmenter tous les ans ainsi que le nombre d'employés. Pendant la période du covid, elle s'en est bien sortie avec 10 % de chiffre d'affaires comparé en 2021. L'entreprise est principalement implantée en Bretagne qui représente 40 % du CA , elle est la 4ème meilleure entreprise de location dans le monde.

A améliorer :

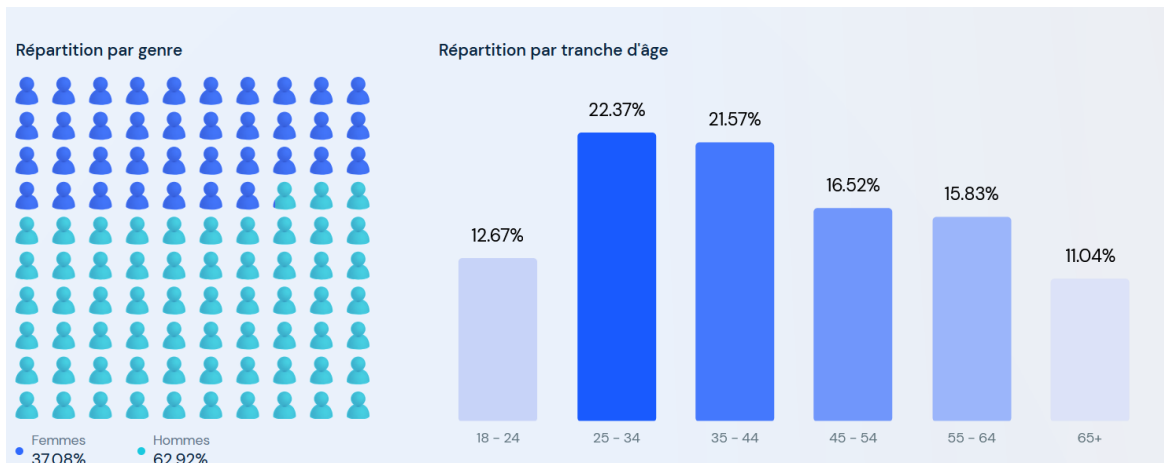
Pour améliorer l'économie de Loxam, je pense qu'il faudrait travailler sur l'efficacité du service dans les autres pays, car la Bretagne représente 40 % du chiffre d'affaires, elle pourrait voir son chiffre d'affaires total exploser, s'implanter dans d'autres pays serait une bonne piste d'évolution de Loxam, cela leur permettra d'être connues mondialement et pas seulement en France.

Traffic des visites et des comportements

Auditer une communication numérique



Audit - Trafic des visites et des comportements



Meilleurs mots clés organiques 480

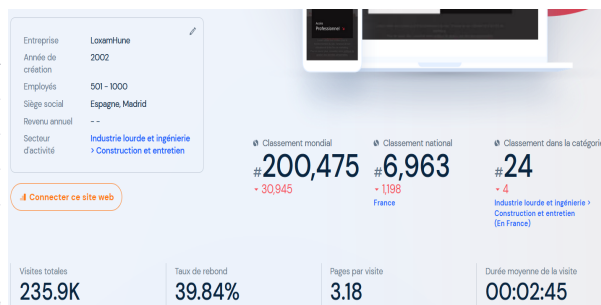
Mot clé	Intent...	Pos.	Volume	CPC (USD)	Trafic (...)
location nacelle >>	C	1	110	0,00	12,32
location mini pelle >>	I	2	170	0,00	10,04
louer chauffage >>	I	2	170	0,00	10,04
loxam >>	N	5	320	0,00	6,39
location nacelle elevatr... >>	C	2	90	0,00	5,02

[Voir les détails](#)

Mots clés par Intention

Intention	Mots clés	Trafic
Informationnelle	40,6 %	261
Navigationnelle	7,8 %	50
Commerciale	26,3 %	169
Transactionnelle	25,3 %	62

[Voir les détails](#)



Source : [Similarweb.fr](https://www.similarweb.fr)

Loxam possède un flux de 235.9 k, visiteurs principalement concentré en France. La majorité des visiteurs ont entre 25-44 ans où 62.92 % sont des hommes et 37 % des femmes seraient intéressées pour la location de véhicule. On peut observer qu'il y a 39.84 % de rebond (le fait de rejoindre puis instantanément partir). On observe que les intentions lors de la connexion sur le site des utilisateurs sont là pour de l'information (40.6 %) puis pour des raisons commerciales (26.3 %) et transactionnelles(25.3).Les utilisateurs sont en majorité intéressés par les locations de nacelle , mini pelle et chauffage.

La clientèle française est majoritaire. On peut voir d'après les statistiques précédemment écrites les hommes entre 25-44 ans, il aurait un intérêt accru pour la location de véhicule. La plupart des utilisateurs s'informent sur le site et louent les véhicules.

Les véhicules de travail sont les plus loués par la clientèle. L'entreprise malgré leur site perd 39.84 % du flux d'utilisateur sur 235.9 k, soit 94 360 perdues.

Pour améliorer le nombre de visites, Loxam pourrait orienter la communication en ciblant les hommes entre 25-44 ans, en proposant des offres/promotions plus intéressantes que ces concurrents, on peut tenter d'améliorer l'accessibilité avec l'ergonomie du site pour limiter la perte d'utilisateurs.

Accessibilité et ergonomie

Auditer une communication numérique



Audit - Accessibilité et ergonomie

Constat

Page d'accueil

Quand l'utilisateur souhaite accéder au site de Loxam, une page conséquente apparaît, une grosse image prend beaucoup de place et amène trop d'informations d'un coup qui ne sont pas forcément utiles face à la demande de l'utilisateur. Cette première impression peut vite faire fuir l'utilisateur, car il se retrouve face à une page compactée avec trop d'informations d'un coup.

On retrouve une barre de recherche et différents onglets de navigation qui changent de couleur au survol de cet élément. L'utilisateur peu expérimenté peut ne pas distinguer les boutons de navigation du premier coup.

Aussi, le terme "vente" n'est pas le plus adapté, il peut signifier que l'utilisateur souhaite vendre un produit alors qu'en cliquant sur celui-ci, on retrouve les produits à acheter.

Quand nous cliquons sur un bouton de navigation comme "location", le menu apparaît en gros et prend presque toute la page, cette façon est assez peu utilisée, car cela perturbe l'utilisateur avec une page auquel il ne s'attendait pas, mais permet d'être précis sans parcourir toute la page web.

Par exemple chez ses concurrents, exemple avec Kiloutou nous voyons une barre de recherche bien visible et compréhensible. Leur page est plus sobre et non pas d'images qui prennent toute la place et inondent d'informations.

Page d'une catégorie : Outillage professionnel

Sur cette page, nous retrouvons le même problème que sur la page d'accueil, qui est que les éléments prennent trop de place / trop large. Sinon dans l'ensemble, c'est mieux, nous voyons une image qui illustre la catégorie, un titre de la catégorie et une petite description. Ensuite, des sous-catégories apparaissent, bien lisible chacune d'entre elles, petit problème à souligner le numéro de la sous-catégorie n'est

pas aligné au texte cela peut perturber un peu, mais ce n'est qu'un détail.

J'aurai ajouté en plus du bouton pour "Tout voir" que la sous-catégorie soit entièrement cliquable, tant qu'on est dans le cadre, nous pouvons cliquer dessus pour accéder à la prochaine page.

Page des produits

Sur cette page, c'est encore mieux, j'ai l'impression que plus on avance dans l'arborescence du site, mieux il est construit.

Les différents produits sont bien espacés pour que cela soit facilement lisible.

Sur le côté, gauche, nous retrouvons les différents critères du produit, quand on clique sur un critère cela nous fait recharger la page avec le sélecteur pris en compte, mais le problème, c'est que sa couleur est rouge et est souligné, ce n'est pas forcément intuitif, une petite case à cocher serait plus utile pour bien faire comprendre à l'utilisateur que son critère est pris en compte.

Le prix des produits est différent des autres textes pour que l'utilisateur prenne en compte cette information en premier.

Page d'un produit : Perforateur burineur électrique

Sur cette page, nous sommes face à un seul produit en question. La vision se porte d'abord sur l'image du produit, son titre et son prix, cela permet de mettre en avant les 3 informations les plus importantes.

J'apprécie l'image du produit seul sans autre chose et qu'ensuite aux autres images nous le retrouvons dans un contexte.

Quand on descend, on retrouve les différents éléments de ce produit comme ses caractéristiques, ses spécificités techniques... On retrouve un menu de navigation latéral gauche qui permet d'aller directement à l'élément désiré, je trouve cela bien car plus pratique.

Le bouton "Choisir" me perturbe un peu, cela donne l'impression qu'on veut que ce produit-là, je l'aurai remplacé par "Ajouter au panier" qui est commun à une grande majorité de site web.

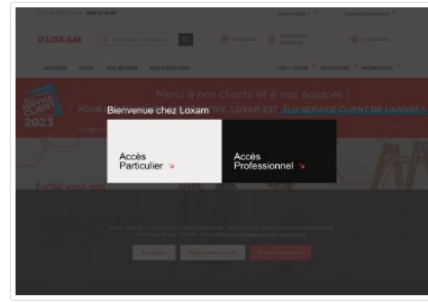
Score de performance et d'accessibilité

84

Performances

Les valeurs sont estimées et peuvent varier. Le [calcul du score lié aux performances](#) repose directement sur ces statistiques. [Affichez la calculatrice.](#)

▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100



STATISTIQUES

Développer la vue

● First Contentful Paint
0,6 s

■ Speed Index
1,4 s

■ Largest Contentful Paint
2,0 s

● Time to Interactive
1,8 s

● Total Blocking Time
150 ms

■ Cumulative Layout Shift
0,113

📅 Captured at 21 nov. 2022, 17:04 UTC+1
🕒 Chargement de page initial

🖥️ Émulation (ordinateur) with Lighthouse 9.6.6
🔗 Limitation personnalisée

🔗 Chargement de page unique
🔗 Using HeadlessChromium 106.0.5249.103 with Ir

Opportunité

Estimation des économies

■ Diffusez des images aux formats nouvelle génération

0,41 s

■ Réduisez la taille des ressources CSS

0,32 s

■ Réduisez les ressources CSS inutilisées

0,32 s

■ Éliminez les ressources qui bloquent le rendu

0,28 s

■ Réduisez les ressources JavaScript inutilisées

0,16 s

Ces suggestions peuvent contribuer à charger votre page plus rapidement. En revanche, elles n'ont pas d'incidence directe sur le score lié aux performances.

Au niveau de la performance du site, l'outil Pagespeed Insights de Google nous renvoie un score de 84 ce qui est bien mais pas parfait. Il nous recommande de changer le format et la taille des images pour pouvoir alléger le poids de la page, il y a aussi des lignes de code CSS qui sont inutiles pour la page, ce ne sont que deux petits ajustements, mais peuvent offrir une meilleure rapidité.

Le score pour une version mobile est quant à lui beaucoup plus bas, le site nous renvoie un score de 29, ce sont les mêmes problèmes sur ordinateur, mais qu'ils ont multiplié pour une version mobile.



Accessibilité

Ces vérifications permettent de connaître les possibilités d'amélioration de l'accessibilité de vos applications Web. Seule une partie des problèmes d'accessibilité peut être détectée automatiquement. Il est donc conseillé d'effectuer un test manuel.

NOMS ET ÉTIQUETTES

- ▲ Les boutons n'ont pas de nom accessible
- ▲ Des éléments d'image n'ont pas d'attribut `[alt]`
- ▲ Les liens n'ont pas de nom visible

Servez-vous de ces indications pour améliorer la sémantique des éléments de contrôle de votre application. Vous optimiserez ainsi l'expérience des utilisateurs de technologies d'assistance, comme les lecteurs d'écran.

Le score d'accessibilité est lui aussi bon, on peut reprocher au site qu'il manque les attributs "alt" dans le code HTML qui permet aux malvoyants d'avoir une description de l'image par synthèse vocale. Aussi, les "id" des éléments ne sont pas unique ce qui contre un peu le but d'un id. C'est comme pour la performance, il manque des petites corrections qui permettent une meilleure accessibilité.

Conclusion

Dans l'ensemble, le site de l'entreprise de location et de vente Loxam se porte bien, on remarque qu'une certaine charte graphique de l'entreprise et du BTP est respectée qui permet de faire comprendre à l'utilisateur qu'il reconnaisse facilement le site de Loxam. Cependant, quelques améliorations sont à effectuer afin d'offrir une meilleure expérience utilisateur.

Améliorations

Générale :

- Réduire la taille et le poids des images du site.
- Réduire les dimensions des éléments du site (image, catégories...).

Onglet de navigation :

- Repenser l'apparition du menu de navigation, peut-être que cela peut apparaître de façon plus minime sans afficher une grande page qui perturbe ou au survol du bouton.
- Le terme "Vente" devrait être remplacé par Acheter ou Achat.

Page d'une catégorie :

- Aligner le numéro avec son texte en dessous.
- Proposer éventuellement une possibilité de cliquer partout dans la case.

Page des produits :

- Afficher une case à côté des propriétés en plus de la couleur qui change, mais le soulignage est à supprimer.

Page d'un produit :

- Remplacer le texte du bouton "Choisir" par "Ajouter au panier".

Performance :

- Changer la taille des images et leurs formats (png, jpeg...).
- Réduire le code CSS inutile.
- Réduire le code JAVASCRIPT inutile.
- Attribuer une hauteur et une largeur précise aux images.

Accessibilité :

- Manque les attributs "alt".
- Ajouter des noms aux boutons dans le code HTML.

Sémiotique

Auditer une communication numérique

The logo for LOXAM features a stylized icon on the left, composed of two interlocking arrow-like shapes in red and grey. To the right of this icon, the word "LOXAM" is written in a bold, red, sans-serif typeface.

LOXAM

Audit - Sémiotique

Constat :

Au niveau de l'analyse sémiotique du site de web de Loxam, nous retrouvons en premier lieu son logo, composé du nom de l'entreprise en rouge et un petit écrou rouge et gris. La couleur rouge renvoie à la puissance, c'est notamment le cas de leurs outils et véhicules qui sont rouges et donc renvoie un message qui est qu'on a la puissance nécessaire pour effectuer une certaine tâche. Le gris quant à lui représente la sobriété et la modernité.

Rien qu'avec les couleurs choisies, Loxam nous expose à une entreprise moderne et puissante grâce à ses nombreux outils disponibles.

La syntaxe de Loxam est assez commune sur ce genre de thème, nous retrouvons un champ lexical du BTP (bâtiment et Travaux Publics) comme le nom des matériels, les adjectifs pour représenter celui-ci... Aussi, Loxam s'exprime sur ses valeurs comme la solidarité, on remarque qu'ils sont élus pour la 6e année consécutive le meilleur service client. Ils nous font savoir leur intérêt sur l'impact environnemental avec du texte vert pour le représenter, ils mettent en valeur leurs matériels LOW EMISSION.

Le site web de Loxam.fr utilise des images pour illustrer ses services et produits. Les images sont claires et précises et donnent aux utilisateurs une idée précise de ce à quoi ils peuvent s'attendre en utilisant les services de Loxam.fr. Les images sont également très colorées et attrayantes, ce qui incite les utilisateurs à prendre connaissance des services proposés.

La typographie utilisée sur le site web de Loxam.fr est très claire et facile à lire. Les polices utilisées sont modernes et professionnelles, ce qui renforce l'image de marque de Loxam.fr et renforce leur crédibilité.

Conclusion :

On peut en conclure que l'entreprise Loxam utilise une certaine stratégie afin de communiquer au mieux à travers leur site web pour mettre en valeur leurs différentes valeurs. À travers des images, du texte, la typographie... Loxam arrive à convaincre le consommateur, mais certaines améliorations peuvent être faites afin d'obtenir une meilleure vision du site web.

Architecture de l'information

Auditer une communication numérique



Audit - Architecture de l'information

Constat :

Le site Loxam utilise la méthode page d'accueil et sous pages et les pages sont très facile d'accès en moins de 3 clics donc accès plutôt facile aux différentes informations proposé par l'entreprise grâce à la page d'accueil qui réunit toutes les infos les plus importantes.

Loxam est un site web conçu avec une architecture à trois niveaux qui fournit une variété de services aux clients.

Le premier niveau est le niveau d'interface utilisateur, qui comprend des pages principales telles que la page d'accueil, la page des produits et services, la page de recherche et la page de contact. Ces pages sont conçues pour offrir une expérience utilisateur intuitive et conviviale.

Le deuxième niveau est le niveau de la base de données. Il contient toutes les informations relatives aux produits et services proposés par Loxam, ainsi que les informations des clients. Cette couche est responsable de l'accès et de la gestion des données.

Le troisième niveau est le niveau de l'application. Il est responsable de la prise en charge des opérations et de l'interaction entre le niveau de l'interface utilisateur et le niveau de la base de données.

Les sites mettent en avant les préférences et les besoins des clients avant tout. Loxam est un site avec des objectifs précis (vente et location de matériel). Le site garde la même logique de base et reste cohérent et pertinent (structure du contenu, choix des photos, couleurs utilisées, typographie etc...)

Il différencie les particuliers et les professionnels afin de mieux référencer les services au type de clients. De plus, il référence les différents outils de chantier qu'il catégorise par type de chantier (transport, terrassement, espace vert, outillage professionnel, démolition...).

Le plus important est de bien organiser son contenu pour réussir son architecture de l'information et Loxam le fait plutôt bien.

Conclusion :

Loxam ont une bonne architecture dans l'ensemble, il catégorise les données. (L'architecture du site de Loxam est très intuitive et ergonomique. La navigation est fluide et intuitive, et le contenu est bien organisé et facilement accessible. Les fonctionnalités supplémentaires et les outils de recherche sont bien intégrés et peuvent être utilisés avec une grande facilité. En conclusion, le site de Loxam offre une expérience de navigation agréable et intéressante pour les utilisateurs.)

Amélioration :

1. Fournir une navigation plus intuitive et un système de recherche plus convivial : La navigation et le système de recherche sont des éléments clés d'une architecture d'information efficace. De plus, le système de recherche doit être amélioré pour permettre aux utilisateurs de trouver facilement ce qu'ils recherchent.

2. Améliorer la prise en compte des besoins des utilisateurs : Pour assurer une architecture d'information optimale, il est important de prendre en compte les besoins des utilisateurs. Cela peut se faire en identifiant les informations les plus demandées par les utilisateurs, et en les mettant en valeur sur le site.

3. Utiliser des métadonnées pour améliorer l'indexation et le classement des informations : Les métadonnées sont des informations supplémentaires sur les différentes pages du site, qui permettent aux moteurs de recherche de mieux comprendre le contenu des pages et de le classer plus efficacement.

4. Améliorer la conception des pages : La conception des pages est un autre aspect important de l'architecture de l'information. Les pages doivent être clairement organisées et faciles à naviguer. Les utilisateurs doivent pouvoir facilement trouver ce qu'ils cherchent, et les informations doivent être clairement présentées.