

Observations sur le site Web



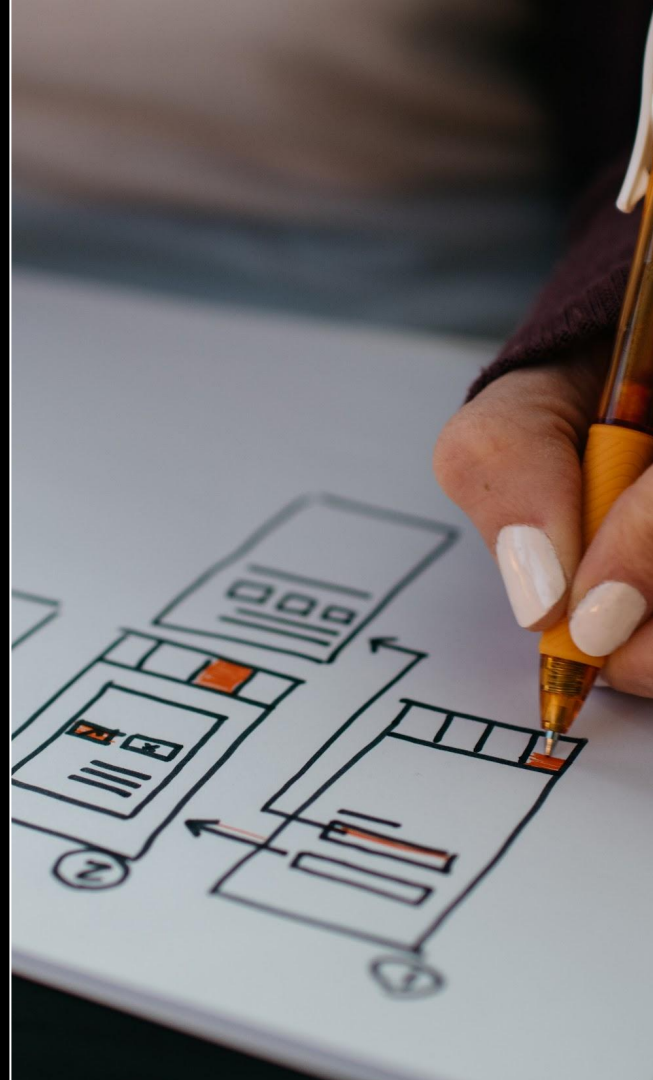
Expérience utilisateur

Les Films de La Baie inc.

L'expérience utilisateur est primordiale pour que votre site soit performant. Vous pouvez proposer le meilleur choix, si votre site n'est pas ergonomique, il n'atteindra pas ses objectifs.

La navigation est le reflet de l'expérience client en magasin, elle doit être réfléchie et tenir compte du parcours utilisateur pour que le visiteur passe à l'action et achète sur votre site.

Quant à la page d'accueil, elle est aussi votre vitrine principale dans le monde numérique. Elle doit montrer à vos visiteurs qui vous êtes, et ce que le client gagne à collaborer avec vous.





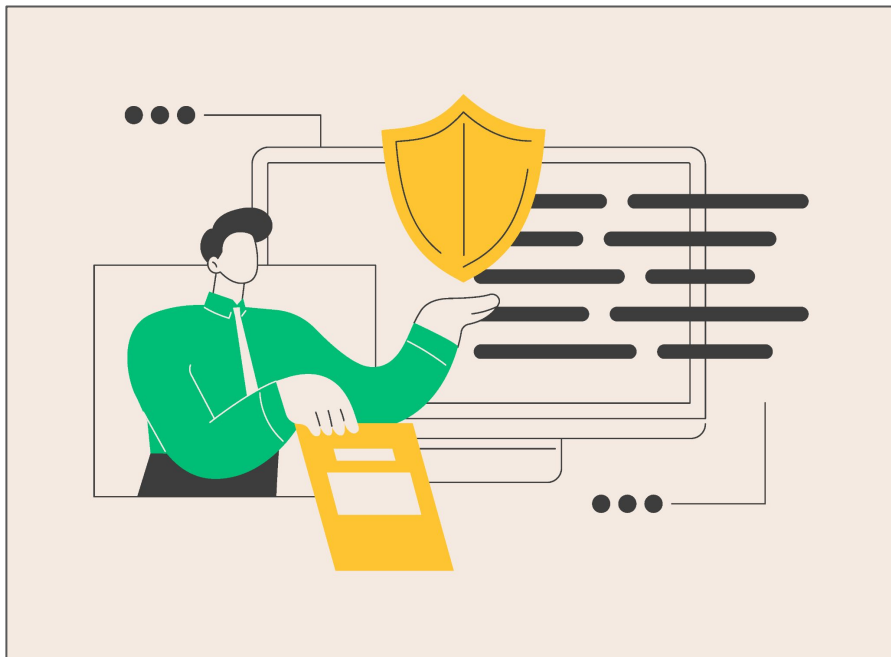
Observations

Loi 25

La première chose que nous devrions voir en arrivant sur votre site est le consentement des cookies.

En lien avec la Loi modernisant des dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels (25), les organisations doivent être plus transparentes au sujet des renseignements personnels qu'elles recueillent par divers moyens - entre autres par l'entremise de leur site Web. Elle vise aussi à donner aux citoyens davantage de contrôle pour protéger leur vie privée.

Vous devez vous y conformer!





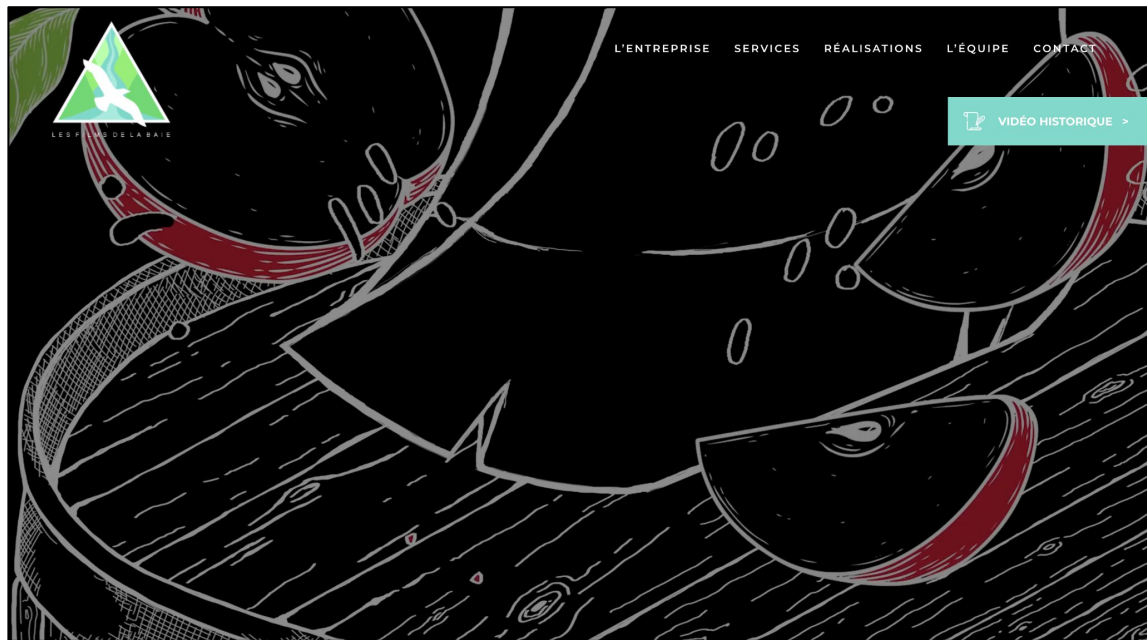
Observation

Première impression

Nous n'avons qu'un seul appel à l'action qui se démarque sur la bannière d'accueil, redirigeant vers votre service de vidéo historique. Ce service semble être d'une grande importance pour vous, car il constitue l'action principale du site dès l'arrivée sur la page d'accueil.

L'ajout d'un titre (H1) contribuerait à un meilleur référencement, accompagné d'un bouton nous menant vers une action ciblée correspondant à l'objectif principal du site, que ce soit pour consulter vos services ou pour vous contacter en vue d'une soumission.

lesfilmsdelabaie.com



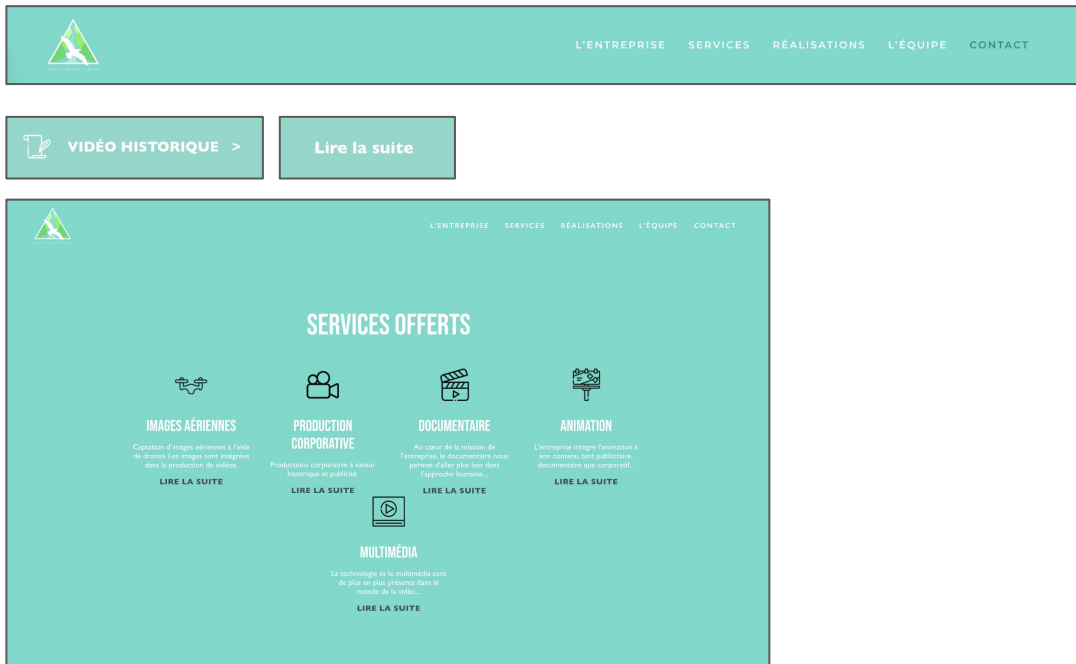


Observation

Contraste de lisibilité

La couleur principale de votre marque qui se trouve sur plusieurs éléments fonctionnel de votre site ne respecte pas les normes Web. Un contraste insuffisant au niveau de la navigation et des boutons peut entraîner plusieurs problèmes pour les utilisateurs, notamment une accessibilité réduite pour ceux ayant des problèmes de vision, ainsi qu'une compréhension limitée du contenu.

lesfilmsdelabaie.com

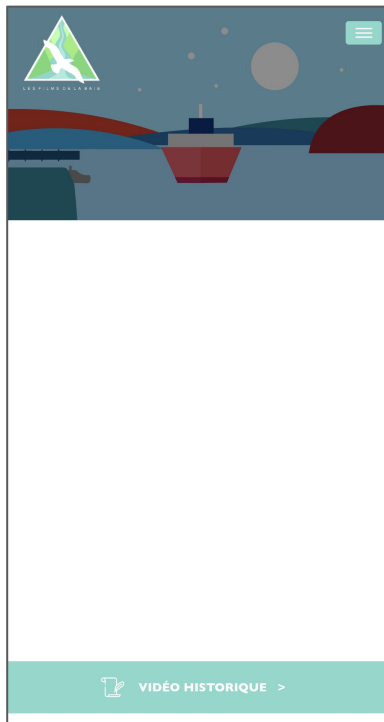
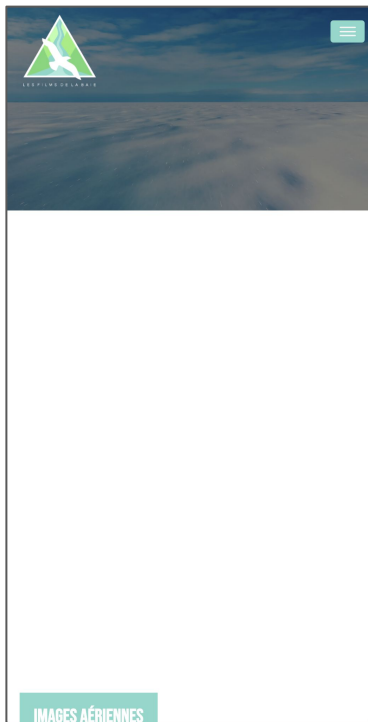




Observation

Responsive

Assurez-vous que votre site Web s'adapte à toutes les tailles d'écran pour une expérience utilisateur optimale. Des espaces blancs apparaissent sur certaines pages et les vidéos ne semblent pas s'ajuster correctement, ce qui peut laisser une mauvaise impression.





Observation

Boutons ou titres?

La similitude des styles sur les éléments du site Web, tels que les boutons et les titres, peut dérouter les utilisateurs quant aux actions qu'ils peuvent entreprendre. Cela crée un manque de hiérarchie et peut compromettre l'expérience utilisateur.

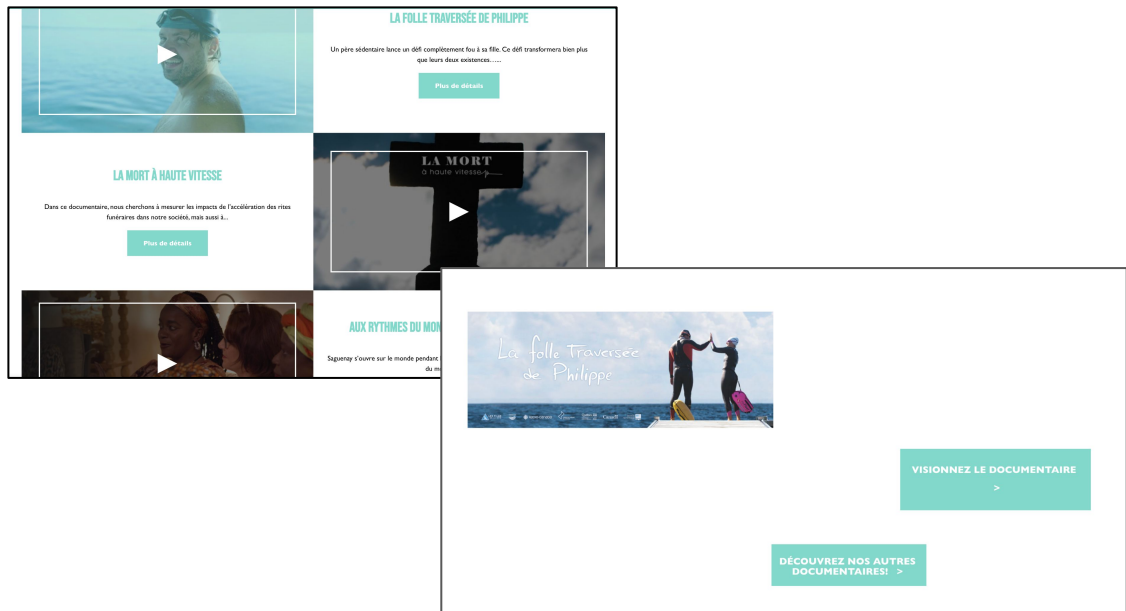




Observation

Mettre en valeur vos réalisations

Vous possédez un contenu remarquable avec de superbes réalisations qui méritent d'être présentées de manière visuellement captivante. Consacrer du temps à réfléchir à la manière dont vous pourriez visuellement mettre en valeur ces réalisations à travers des pages au design minimaliste serait bénéfique pour l'expérience utilisateur, en reflétant la qualité de votre travail de manière élégante et professionnelle.





Observation

Diriger l'utilisateur à travers vos réalisations

Beaucoup de contenu se retrouve sur vos pages de réalisations. Cela peut être intéressant pour l'utilisateur qui veut en savoir plus, par contre, cela peut donner l'effet inverse en se butant à autant de contenu.

En plaçant le contenu différemment avec un design plus moderne, avec des animations qui mettent vos images en valeur, l'utilisateur se sentirait plus dirigé dans l'univers de vos réalisations.

Le résultat se décline en vidéos de différentes durées destinées aux médias sociaux, à leur site Web et aux publicités télévisuelles.

Claudio Laroche, coordonnatrice marketing, est emballée du résultat :

" En donnant le mandat de raconter notre histoire à Philippe et son équipe, nous ne pensions pas en apprendre autant sur notre compagnie! Les Films de La Baie ont réussi à saisir les moments importants de l'histoire de Chlorophylle pour créer une nostalgie commune à tous ceux qui ont pris le temps d'écouter notre documentaire. Nous ne pouvons que remercier Philippe et toute l'équipe d'avoir créé un documentaire qui sera utile pendant plusieurs années, non seulement pour raconter notre histoire à nos clients, mais aussi pour former nos employés de demain.

Merci aux Films de La Baie! - professionnels, humains et créatifs! "



VOYEZ LES AUTRES RÉALISATIONS

LE GROUPE MARTEL A RACONTÉ SON HISTOIRE FAMILIALE D'ENTREPRISE GRÂCE À NOUS!

C'est aussi une façon de faire une pierre deux coups : on se raconte et en même temps, on se fait connaître, empreinte de sincérité et d'authenticité que l'on doit développer avec sa clientèle. En 2016, nous racontons l'histoire du Groupe Martel, une entreprise familiale d'Alma exploitant de façon responsable la forêt depuis plusieurs générations. Karine Martel, nous a partagé ses impressions sur son expérience avec notre entreprise.

Ce fut un privilège de travailler avec Les Films de La Baie, principalement avec Philippe Belley. Avec son appui, nous avons pu rendre à l'écran avec beaucoup de justesse, une histoire précieuse qui méritait à nos yeux, honneur et reconnaissance. Philippe a su rassurer chaque membre du Groupe Martel. Avec sa grande sensibilité, son écoute et son calme légendaire, Philippe a su rassurer chaque membre du Groupe Martel. Avec sa grande sensibilité, son écoute et son calme légendaire, Philippe a su rassurer chaque membre du Groupe Martel. Avec sa grande sensibilité, son écoute et son calme légendaire, Philippe a su rassurer chaque membre du Groupe Martel.

En l'espace de quelques semaines, Philippe est devenu bien plus qu'un cinéaste, c'est devenu un membre de la famille. Un travail Philippe et longue vie à Les Films de La Baie!



C'est alors que débute un parcours d'entraînement physique et psychologique pendant 2 ans. Ponctué de rencontres avec des rangers et des experts qui sauront lui prodiguer des conseils de grande valeur, Philippe transformera sa vie, la vie de sa famille... tout comme celle de son associé, son amie. Une traversée qui changera à jamais le cours de leurs vies.

C'est en septembre 2019 que le tandem familial s'est lancé dans l'aventure. Au-delà du défi physique, ce sont les notions de dépassement de soi et de rapprochement père-fille qui les ont stimulés à entreprendre cet incroyable projet.

Ce long-métrage met de l'avant toute la préparation physique et mentale que représente ce projet, de même que les défis qu'ils doivent affronter. Une chose est certaine, personne ne pouvait se douter de la fin.



" Ce projet, c'est un voyage vers moi, afin de me révéler vraiment, à moi, mon véritable potentiel. C'est le combat de ma vie je crois. Et au travers de tout ça, dire à Clara que tout est possible, qu'elle peut croire en elle. » -

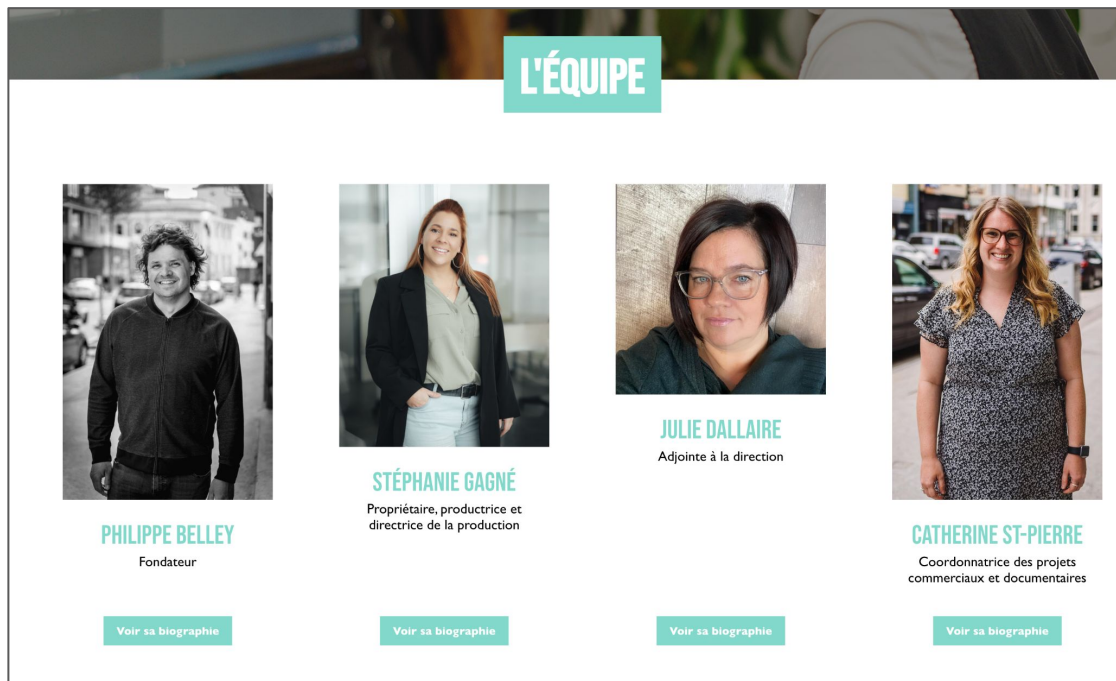




Observation

Pourquoi des photos de tailles égales font la différence

Sur la page équipe, il est préférable que toutes les photos soient de la même taille. Ainsi, chaque membre est représenté de manière égale, ce qui facilite la visualisation. C'est comme si vous feuillotez un album où tout est bien organisé et clair, cela rend la page plus agréable à regarder et plus facile à comprendre.





Observation

Optimiser la page de contact pour renforcer la confiance utilisateur

Votre page de contact semble un peu terne. Bien qu'elle soit principalement fonctionnelle, la présence de grands espaces blancs peut donner l'impression à l'utilisateur qu'un élément de la page est manquant ou qu'il y a un problème visuel. Cette perception peut affecter la confiance des utilisateurs lorsqu'ils envisagent de prendre contact avec vous. Pour améliorer l'expérience utilisateur, vous pourriez envisager d'ajouter des éléments visuels ou des informations supplémentaires pour rendre la page plus attrayante et rassurante pour les visiteurs.

STÉPHANIE GAGNÉ
sg@lesfilmsdelabaie.com
(418) 698-6962 (Poste 1)

2862 Rue Lawrie
Saguenay (Québec)
G7S 2C3

Prénom*

Nom*

Téléphone*

Courriel*

Message*



Observation

Arborescence proposée

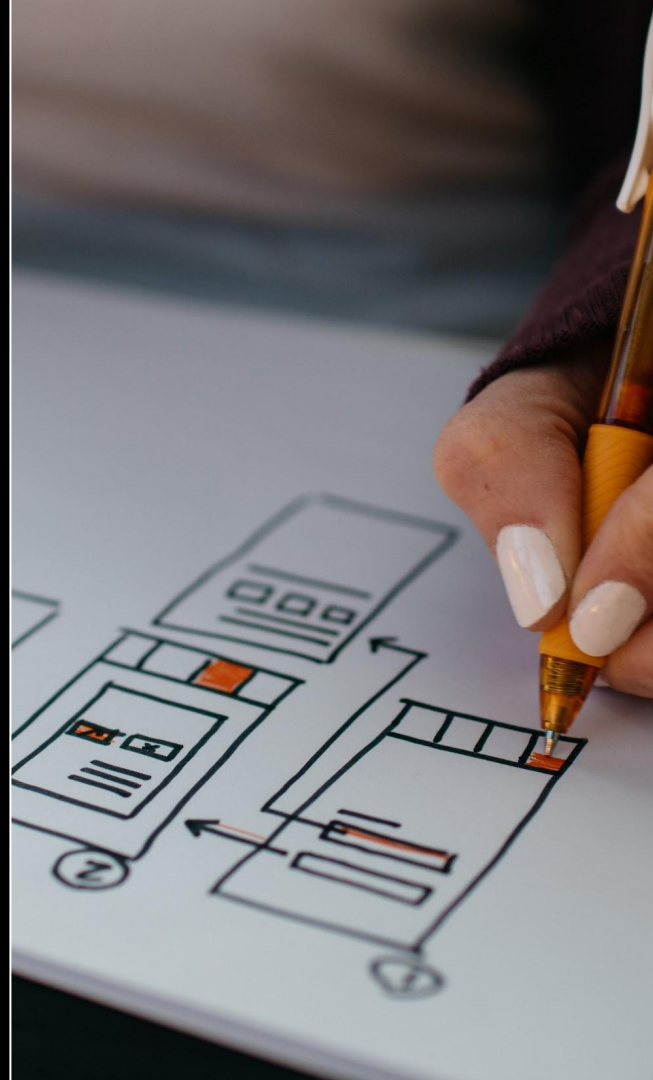
Étant donné que le site doit être bonifié, nous vous suggérons de suivre cette structure de navigation lors de la refonte. L'architecture du site vise à garantir une expérience agréable pour les visiteurs. Peu importe à quel point le design est attrayant, si la navigation sur le site est complexe, les utilisateurs finiront par quitter le site.



Référencement

Le référencement de votre site est essentiel pour « remonter » de façon efficace dans les résultats de recherche sur Google. C'est pourquoi un certain nombre de paramètres doivent être étudiés, comme le contenu de votre site, les titres et méta descriptions, mais aussi le nombre de liens entrants et sortants sur votre site.

Un autre point concerne les occurrences saisies sur les moteurs de recherche et par lesquelles vos utilisateurs arrivent sur votre site. Surveiller régulièrement ces occurrences permet d'identifier et de hiérarchiser les efforts à porter sur le contenu du site, tout en dopant l'efficacité de vos stratégies publicitaires.



Structure et contenu

Title tags

- Donne le titre de la page
- apparaît sur la SERP (search engine results page)

Méta descriptions

- Indique à l'utilisateur le contenu de la page
- Apparaît sur la SERP (search engine results page)

Heading tags

- Structure le contenu en ordre d'importance (pour les robots et les humains)

Contenu

- Mots-clés



Observations

Titraillles

Placez des mots-clés dans vos titres. Assurez-vous que le premier niveau (<H1>) existe et qu'il contient vos mots-clés les plus importants.

Comme vous pouvez le voir sur la capture d'écran à gauche, votre site utilise les balises de titre HTML (H1 à H6).

Il faudrait retravailler le contenu de ces titres pour s'assurer qu'ils s'agissent réellement de termes de recherches.

Structure et contenu

H1 (1)	H2 (3)	H3 (8)	H4 (3)	H5 (0)	H6 (0)
<H1>:					
<H2>: À propos					
<H2>: Services offerts					
<H2>: Réalisations					
<H3>: Images aériennes					
<H3>: Production corporative					
<H3>: Documentaire					
<H3>: Animation					
<H3>: Multimédia					
<H3>: La folle traversée de Philippe					
<H3>: La mort à haute vitesse					
<H3>: Aux rythmes du monde : couleur sur fond blanc					



Observations

Méta titres et méta descriptions

Voici un exemple de titre et de description de votre site sur Google.

Vos descriptions doivent être remplies et captivantes, de manière à susciter l'envie chez les utilisateurs de consulter la page. Le titre peut également être plus informatif pour offrir une vue d'ensemble plus claire.

Structure et contenu

Titre	20 caractères - trop court
Les Films de La Baie	
Description	0 caractère - inexistant



Recommandations

Référencement naturel (SEO)

Lors de la rédaction des contenus textuels de votre nouveau site, vous devrez prendre en considération le SEO (Search Engine Optimization). C'est important car il améliore la visibilité en ligne, génère du trafic qualifié, renforce la crédibilité, offre un bon retour sur investissement, permet de se démarquer de la concurrence, améliore l'expérience utilisateur et s'adapte aux évolutions du comportement de recherche.

C'est un pilier essentiel du marketing en ligne pour aider les entreprises à atteindre leurs objectifs de visibilité et de croissance.

Ces mots-clés aideront à optimiser le référencement du site web de la clinique et à attirer du trafic qualifié.

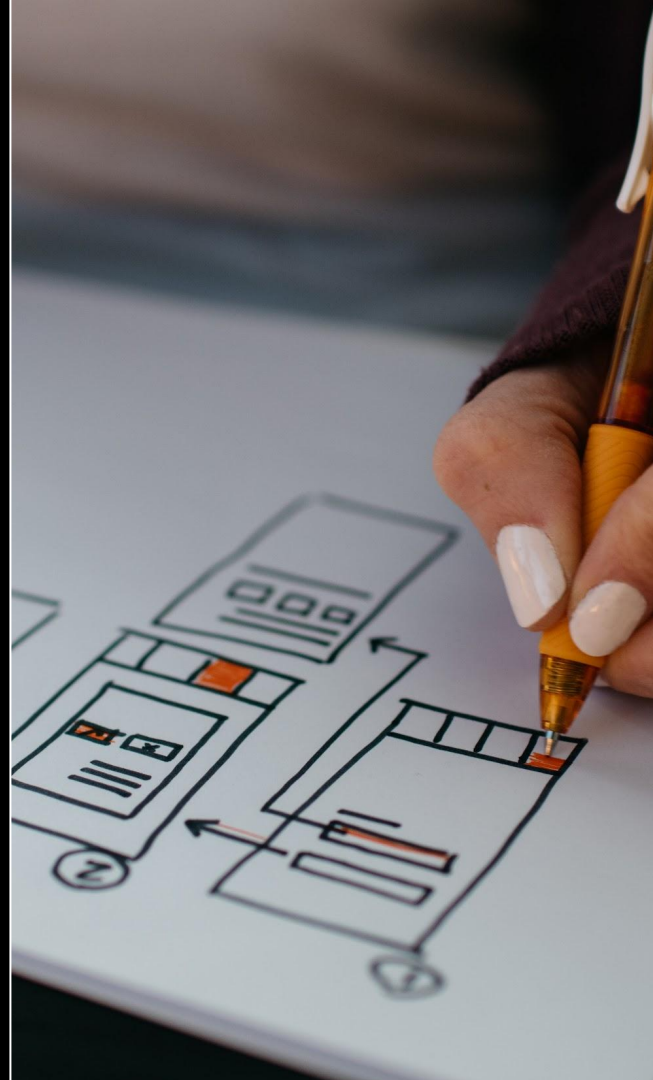
Production vidéo	Vidéos historiques
Films documentaires	Publicités vidéo
Prises de vue par drone	Motion Design
Entreprise vidéo	Vidéos promotionnelles
Tournage vidéo	Tournage drone
Réalisation vidéo	Production vidéo corporative
Films d'entreprise	Réalisation audiovisuelle
Vidéo d'animation	Production vidéo marketing
Services vidéo	Entreprise vidéo de formation
Vidéos événementielles	Montage vidéo Saguenay

Performance

Le temps d'affichage est une donnée cruciale pour que votre site soit correctement indexé sur Google. Idéalement, il doit se situer autour de 3 secondes, car on estime que 90 % des utilisateurs quittent un site dont la vitesse de chargement est supérieure.

Un site plus rapide réduit le taux de rebond, soit le pourcentage d'utilisateurs qui quittent votre site sans avoir consulté d'autre page. Une donnée à manipuler avec précaution, en regard de la page consultée.

Quant aux pages les plus vues, elles donnent de bons indices sur les produits et services les plus recherchés du moment, tout comme ceux qui sont à la traîne, et permettent d'affiner vos stratégies.



Scores de performances

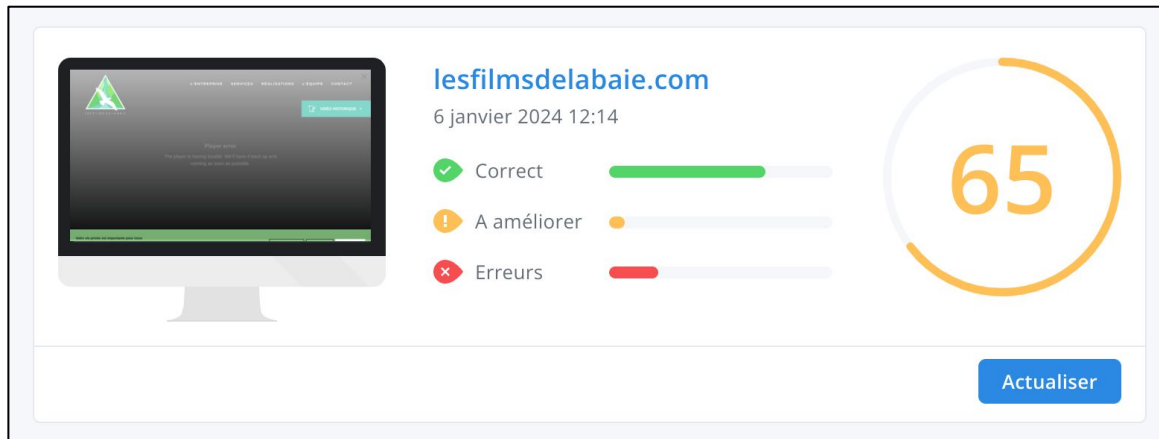
- Votre site a un score de performance de **90 %** et de **80 %** pour la structure.
- La performance est basée sur les performances de chargement, l'interactivité (**40 %**) et la stabilité visuelle (**5 %**). La structure représente la qualité de la construction des pages.
- Pour le score marketing, on parle plutôt de **65 %**.

Résultats

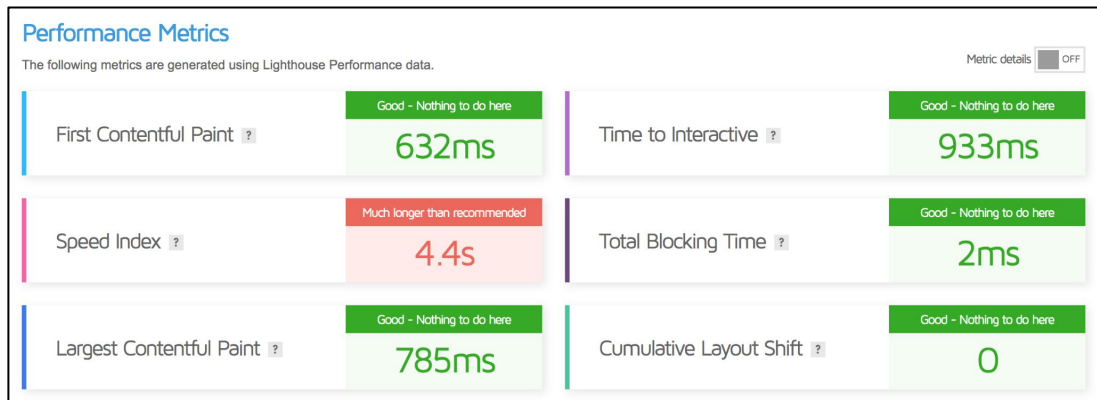
Ce faible score est la cause de plusieurs facteurs.

Notamment :

1. Méta titres trop court;
2. Méta descriptions manquantes;
3. Absence de H1;
4. Absence des attributs alt;
5. Absence d'open graph;
6. Pas de DMARC Record;
7. Images non-optimisées
8. Erreur de contraste;
9. Mauvais score de backlinks;
10. Faible trafic.



Indicateurs de performance



- First Contentful Paint : La rapidité avec laquelle le contenu comme le texte ou les images est peint sur votre page. Une bonne expérience utilisateur est de 0,9 s ou moins.
- Speed Index : La vitesse à laquelle le contenu de votre page est visiblement rempli. Une bonne expérience utilisateur est de 1,2 s ou moins.
- Largest Contentful Paint : Combien de temps il faut pour que le plus grand élément de contenu (par exemple une image de héros) soit peint sur votre page. Une bonne expérience utilisateur est de 1,2 s ou moins.
- Interactive : Combien de temps il faut pour que votre page devienne entièrement interactive. Une bonne expérience utilisateur dure 2,5 secondes ou moins.
- Total Blocking Time : Combien de temps est bloqué par les scripts pendant le processus de chargement de votre page. Une bonne expérience utilisateur est de 150 ms ou moins.
- Cumulative Layout Shift : Dans quelle mesure la mise en page de votre page change au fur et à mesure du chargement. Une bonne expérience utilisateur est un score de 0,1 ou moins.