



Audit référencement Le Tichodrome

Groupe : B

Membres du groupes : Alice, Lilia, Mélissa, Clara, Lola, Eva

Travail à faire : établir une synthèse des forces et des faiblesses de la communication de recrutement du Tichodrome sur leur site et sur leurs réseaux sociaux.

- instagram : le_tichodrome
- facebook : LeTichodrome
- YouTube : @letichodromesauvegardedela8470
<https://www.youtube.com/channel/UCYr6ckNVnGPIniuAfl7MuDg>
- site internet <https://www.le-tichodrome.fr/>

Analyse du référencement

Éléments analysés		Analyse quantitative	Analyse qualitative
-------------------	--	----------------------	---------------------

Référencement sur Google et les RS

Référencement sur Google et les RS	Référencement du Compte Instagram sur Google	Le compte Instagram apparaît en 12 ^e quand on écrit sur Google "tichodrome"	référencement plutôt mauvais puisqu'il cliquer sur la deuxième page de résultat du moteur de recherche PUIS descendre pour trouver la page Instagram
	Référencement du Compte Instagram sur Instagram	première suggestion quand on tape "Tichodrome" dans la barre de recherche	première suggestion quand on tape "Tichodrome" dans la barre de recherche
	Référencement du Compte Facebook sur Google	Le compte Facebook apparaît en 5 ^e quand on écrit "tichodrome" sur Google.	Bon référencement du compte Facebook puisqu'il est plutôt haut sur la page.
	Référencement du Compte Facebook sur Facebook	Première suggestion quand on tape "tichodrome" dans la barre de recherche	Très bon référencement.
	Référencement du Compte YouTube sur Google "Le tichodrome Youtube"	Page 1 rang 1	Bon référencement puisqu'il apparaît directement au rang 1 et le rang 2,3,4 sont des vidéos de la chaîne.
	Référencement du Compte YouTube sur YouTube Le tichodrome	Page 1 rang 4	Une vidéo du Tichodrome apparaît en 2 ^e position. On ne trouve pas leur chaîne directement, mais ils restent tout de même bien référencés.

	Référencement du site Internet sur Google	Page 1 rang 1	Apparaît en 1 ^e position donc très bon référencement
--	---	---------------	---

Requêtes relatives à d'autres mots clefs

Requête relative à d'autres mots clés	"faune sauvage" et "faune sauvage isère" sur insta	- on ne trouve pas le compte du tichodrome	il est pas référencé donc c'est négatif
	"bénévoles", "services civiques", "eco-volontaires" sur insta	- on ne trouve pas le compte du tichodrome	
	"faune sauvage" et faune sauvage isère" sur facebook	- on ne trouve pas le compte du tichodrome	
	"bénévoles", "services civiques", "eco-volontaires" sur facebook	- on ne trouve pas le compte du tichodrome	
	"faune sauvage" et faune sauvage isère" sur YouTube	"Faune sauvage" aucun résultat sur youtube "faune sauvage isère" les 3 premières vidéos	
	"bénévoles", "services civiques", "eco-volontaires" sur YouTube	Bénévole → sujet trop large donc compliqué "service civique" sujet trop large impossible de trouver "eco-volontaire"--> on trouve une vidéo mais faut descendre beaucoup le fil	

	“faune sauvage” et faune sauvage isère” sur google	“faune sauvage” 3ème lien “faune sauvage isère” 1er lien	
	“bénévoles”, “services civiques”, “eco-volontaires” sur google	“bénévoles” à la 6ième page “services civiques”introuvable “eco-volontaires” on ne le trouve pas	

Synthèse du référencement pour la communication de recrutement

	FORCES	FAIBLESSES
Instagram	– Leur page Instagram est la première qui sort quand on tape tichodrome sur Instagram donc ça peut aider pour les recrutements parce qu'on peut assez facilement repérer les posts sur le recrutement sur la page par la suite – Très actifs sur le recrutement sur Instagram (plusieurs posts par mois parfois) – Les posts de recrutement sont désormais reconnaissables parmi les autres.	– Même si les posts sur le recrutement sont reconnaissables, ils ne le sont pas encore à 100% parce que par exemple le logo n'est pas sur tous les posts de recrutement – Les posts n'ont pas assez de visibilité : on voit bien que ce qui marche le mieux sur ce compte ce sont les vidéos et les réels, mais les posts de recrutement ne sont que des illustrations statiques avec du texte – Les posts de recrutement ne sont pas réguliers
Facebook	- très bon référencement sur google et facebook. Donc un très bon point pour le recrutement. - Actif sur le recrutement avec plusieurs post sur le sujet. - Les post sont clair et précis	- Post reconnaissable mais il pourrait avoir un template pour encore plus les distinguer plus. - pas assez de visibilité avec un nombre instable de like et de commentaires. - peut être pas assez régulier pour vraiment tomber dessus directement
YouTube	Leur chaîne YouTube est assez bien référencée, ce qui est pratique pour les trouver et pour faire des recherches une fois après avoir vu leur communication de recrutement.	Malheureusement, leur chaîne YouTube ne donne pas très envie et n'est pas très travaillée

Site Internet	- Le site internet est clair et bien structuré - On retrouve facilement les opportunités de bénévolat, et des moyens de soutien - Les offres sont bien détaillées	- Il manque la présence d'un blog
----------------------	---	---