

WordPress

& les CMS

1. Qu'est-ce qu'un CMS ?

Définition simple :

Un CMS (Content Management System) est un système de gestion de contenu. Il s'agit d'un logiciel qui permet de créer, gérer et publier du contenu en ligne (texte, images, vidéos, etc.) sans avoir besoin de coder.

👉 Exemple : écrire un article sur un CMS revient à utiliser un traitement de texte (Word ou Google Docs), mais directement sur Internet, avec une mise en page et une publication immédiate.

2. Pourquoi utiliser un CMS ?

Nécessité et utilité :

- Gain de temps : pas besoin de développer un site de A à Z.
- Accessibilité : tout le monde peut créer un site, même sans être développeur.
- Collaboration : plusieurs personnes peuvent gérer le contenu (équipes marketing, communication, technique).
- Évolutivité : on peut commencer par un petit site vitrine et l'enrichir (blog, boutique e-commerce, extranet).

👉 Métaphore : le CMS, c'est comme une maison déjà construite. Vous n'avez pas besoin de fabriquer les briques ; vous aménagez simplement l'intérieur à votre goût.

3. Les principaux CMS du marché et leurs spécificités

- WordPress (~63 % des parts de marché) : simple, flexible, open source, très adapté aux blogs, vitrines et e-commerce.
- Joomla : robuste, mais plus technique ; apprécié par certaines collectivités.
- Drupal : très puissant pour des sites complexes (intranets, grandes institutions), mais difficile d'accès.
- Shopify : solution propriétaire spécialisée dans l'e-commerce.
- Wix / Squarespace : très faciles à utiliser (drag & drop), mais fermés et limités en personnalisation.

4. L'open source : avantages et inconvénients

- Avantages :
 - Gratuit (dans sa version de base).
 - Communauté mondiale active → mises à jour régulières, innovation rapide.
 - Personnalisation infinie.
- Inconvénients :
 - Dépendance aux mises à jour et aux plugins tiers.
 - Sécurité : nécessite une veille et des sauvegardes régulières.
 - Pas de support officiel (contrairement à un logiciel propriétaire).

5. WordPress en chiffres (repères clés)

- Créé en 2003 par Matt Mullenweg et Mike Little.
- Aujourd'hui : plus de 60 % des sites Internet dans le monde sont construits avec WordPress.
- Des millions de thèmes et extensions disponibles.
- Une communauté mondiale (meetups, WordCamps).

6. La philosophie de WordPress

À l'origine : un moteur de blog éditorial avec une esthétique soignée.

- Objectif : rendre la publication sur Internet aussi simple que possible.
- Esprit : liberté, partage et accessibilité.
- Devise officieuse : "Democratize publishing."

7. Pages et articles dans WordPress

👉 Analogie avec un journal quotidien :

- Articles (posts) = les actualités du jour (contenu chaud, régulièrement mis à jour).
- Pages = les rubriques fixes du journal (contenu froid, pérenne : "À propos", "Contact").

8. Les thèmes classiques dans WordPress

- Le thème détermine l'apparence du site (mise en page, couleurs, typographie).
- Des milliers de thèmes gratuits ou payants.
- Exemple : Astra, OceanWP, GeneratePress...

9. L'apparition des Page Builders

Avant, il fallait maîtriser le code ou se contenter de mises en page figées. Les page builders ont révolutionné l'usage : création visuelle, par glisser-déposer.

10. Elementor

- Lancé en 2016.
- Interface visuelle intuitive.
- Permet de concevoir des sites sur mesure sans coder.

Elementor Pro

- Version payante avec des fonctionnalités avancées (formulaires, pop-ups, templates dynamiques, WooCommerce, etc.).
- Outil préféré des agences et freelances pour sa flexibilité.

11. Les extensions (plugins) les plus couramment utilisées

- Yoast SEO (référencement naturel).
- WooCommerce (e-commerce).
- Elementor (page builder).
- Contact Form 7 (formulaires).
- WP Rocket (optimisation des performances).
- UpdraftPlus (sauvegardes).
- Wordfence (sécurité).

Conclusion

WordPress et les CMS ont transformé la manière dont les entreprises gèrent leur communication digitale.

- Un CMS = un outil de démocratisation : publier devient accessible à tous.
- WordPress = la référence mondiale grâce à son équilibre entre simplicité et puissance.
- Les marketeurs et communicants doivent connaître ces outils pour être autonomes et stratégiques dans la mise en place de projets digitaux.