

Le Web et le e-Commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

LA MALLETTE DU DIRIGEANT



PLAN

1. Introduction à Internet
 - a. Le vocabulaire
 - b. Les différents types de sites Internet
 - c. Effectuer des recherches efficaces sur Internet
 - d. Les tendances sur Internet

PLAN

2. Avant de créer son site
 - a. Le vocabulaire technique
 - b. Cahier des charges
 - c. La légalité
 - d. Le contenu
 - e. Les outils de création de site Internet
 - f. Les erreurs à ne pas commettre

PLAN

3. Créer un site web vitrine sous WordPress
 - a. Déposer le nom de domaine
 - b. Trouver un hébergeur
 - c. Définir une arborescence de site Internet
 - d. Création du contenu
 - e. Compléter et enrichir le site Internet
 - f. Sécuriser son site Internet
 - g. Gestion multi-utilisateur

PLAN

4. Analyser le trafic
 - a. Google analytics
 - b. Analyse des statistiques
5. Aspects juridiques
6. Fidélisation du client
7. L'alternative au e-Commerce : Les places de marché

Introduction à Internet

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Web (“La toile” - World Wide Web)

Ensemble de ressources accessibles avec un navigateur.

Internet

Réseau mondial associant des ressources de télécommunication et des ordinateurs serveurs et clients, destiné à l'échange de messages électroniques, d'informations multimédias et de fichiers.

Internet et le Web sont semblables et différents à la fois. Internet est la technologie réseau qui permet de faire fonctionner le Web.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Navigateur / Browser

Logiciel / Application permettant de visualiser et d'interagir avec les diverses ressources Internet disponibles sur le Web. Exemple : Internet Explorer, Firefox, Google Chrome, Safari ou encore Opera.

Page Web

Une page Web est un document, créé au format HTML, qui fait partie d'un groupe de documents hypertexte ou de ressources disponibles sur le Web. Les sites web sont composés d'un ensemble de pages web.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

HTML

Acronyme de HyperText Markup Language : langage de balisage hypertexte. Langage permettant l'écriture de pages Web. Le contenu texte de la page est entouré de balises qui, interprétées par navigateur, permettent des effets de présentation, de charger des images, des vidéos, du son et de faire des liens vers d'autres pages.

Moteur de recherche

Les moteurs de recherche constituent le principal outil du Web pour trouver une information spécifique. Ils utilisent des bases de données (mises à jour régulièrement grâce à des robots) qui centralisent les informations du Web.

Annuaire Web

Un annuaire Web est une page Internet qui fournit la liste de sites classés par thème ou catégorie.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Lien

Désigne dans un document hypertexte, un mot, un groupe de mots ou une image qui permettent d'accéder à une autre partie de la page en cours de lecture, à une autre page du site ou à un autre site.

URL

Un URL (*Uniform Resource Locator* : adresse unique d'un fichier) permet à l'interface de navigation de localiser un document Web ou un fichier sur un serveur FTP. Un URL indique à l'interface de navigation comment accéder aux informations souhaitées (quel protocole utiliser : HTTP ou FTP), le nom du site internet, le nom du domaine et éventuellement, le répertoire ou l'emplacement, sur ce site, du fichier à consulter.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Protocole

Norme ou série de règles utilisées par les ordinateurs pour pouvoir communiquer entre eux. Une fois un protocole défini, chaque terminal, client ou serveur, implémente ce protocole et peut ainsi communiquer avec les autres ordinateurs utilisant ce protocole.

Adresse IP

Une adresse ou numéro IP est constitué d'une suite de nombres qui identifie de façon unique un ordinateur travaillant sur Internet. En pratique, une adresse IP est associée à un nom de domaine.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Nom de domaine

Un nom de domaine est une chaîne de caractères (ex : lamalletedudirigeant) associée à une extension (ex : .com, .fr...). Il constitue ainsi un nom familier associé à une adresse IP.

Votre nom de domaine indique l'adresse internet de votre site web. Il vous permet également d'utiliser des courriers électroniques (email). Il s'agit de votre identité commerciale sur le web.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Serveurs

Ordinateur en réseau qui traite les demandes de données, courriers électroniques, transferts de fichiers et autres services en ligne requis par les ordinateurs clients.

Serveur Web

Un serveur Web est nécessaire pour héberger vos données (pages, images, sons et séquences vidéos) et les transmettre à tout moment à la demande des interfaces de navigation. Vous pouvez choisir de gérer votre propre serveur Web sur un ordinateur dédié et toujours disponible, d'être hébergé chez un professionnel ou gratuitement chez votre FAI (dans ce dernier cas, vous ne possédez pas de nom de domaine).

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Robots

Programme conçu pour naviguer automatiquement sur Internet et collecter des certaines informations. Les moteurs de recherche utilisent ces robots pour mettre à jour leurs bases de données. Par une programmation adaptée, on peut configurer au mieux les pages d'un site afin que d'améliorer sa position dans la liste des résultats des requêtes aux moteurs.

Base de données

Une base de données, usuellement abrégée en BDD, est un ensemble structuré et organisé permettant le stockage de grandes quantités d'informations afin d'en faciliter l'exploitation (ajout, mise à jour, recherche de données).

Une base de données se traduit physiquement par un ensemble de fichiers sur disque dur.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Extranet

Un Extranet est un réseau local qui permet à une entreprise de partager des informations avec d'autres entreprises grâce à Internet mais en en contrôlant l'accès.

Intranet

Un intranet est un réseau de type Internet propre à une entreprise ou une autre organisation.

e-Mail

L'e-Mail, ou courrier électronique, nécessite un ordinateur connecté au Web. Chacun d'entre nous peut posséder plusieurs adresses e-Mail et un ordinateur peut également en gérer plusieurs.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Cookie

Fichier contenant des informations acquises lors de la navigation sur Internet et enregistrées de façon transparente sur l'ordinateur de l'internaute. Les sites utilisent les cookies pour y stocker des informations relatives aux choix effectués par l'internaute : paramètres, mot de passe, choix d'articles lors d'une commande...

Audience

L'audience d'un site mesure sa fréquentation en nombre de visiteurs. Elle s'exprime par jour ou par mois, et en visiteurs uniques (un même visiteur n'est comptabilisé qu'une fois même s'il a effectué plusieurs visites sur une période donnée).

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

Référencement

Le référencement désigne un ensemble de techniques et de savoir-faire pour améliorer le positionnement d'un site dans les résultats des moteurs de recherche.

Le référencement naturel permet de répondre aux exigences des moteurs : que le site soit pertinent par rapport aux requêtes des internautes et qu'il soit populaire.

Un site qui répond à ces exigences a de grandes chances d'être bien positionné dans les résultats des moteurs et donc de générer un fort trafic de qualité.

VOCABULAIRE SPÉCIFIQUE

SPAM

Le SPAM (ou courriel indésirable) est une communication électronique non sollicitée, en premier lieu via le courrier électronique. Il s'agit en général d'envois en grande quantité effectués à des fins publicitaires.

Tag

Un tag (ou étiquette, marqueur, libellé) est un mot-clé, terme associé ou assigné à de l'information (par exemple une image, un article, ou un clip vidéo), qui décrit une caractéristique de l'objet et permet un regroupement facile des informations contenant les mêmes mots-clés.

TYPES DE SITE INTERNET

- Définition :
 - Un site “**vitrine**” est un site web présentant une entreprise et son activité. Il s’agit d’un site “**simple**”, comprenant une ou plusieurs pages, qui permet de créer une présence sur le Web. Une sorte de “**carte de visite**” électronique. Ce terme est une analogie avec la vitrine d’une entreprise.
 - Un **site e-commerce** (“boutique en ligne” ou “site marchand”) est un site web permettant aux visiteurs de commander et/ou de payer des produits et/ou des services.

TYPES DE SITE INTERNET

- Pourquoi chaque entreprise devrait avoir au moins un site vitrine ?
 - Afin d'avoir une présence sur le Web, jour et nuit, toute l'année.
 - Un site web est un gage de modernité mais également de sérieux.
 - C'est ainsi que les clients d'aujourd'hui trouvent et font appel à une entreprise.
 - Afin d'être plus proche de ses clients.
- Quelles solutions un site vitrine peut-il apporter ?
 - Une meilleure visibilité de son entreprise.
 - Le renouvellement et l'expansion de sa clientèle.
 - La réduction de certains coûts de communication.
 - La connaissance de sa clientèle.

TYPES DE SITE INTERNET

- Pourquoi un commerce devrait avoir un site e-commerce ?
 - Afin d'étendre fortement sa clientèle et sa visibilité.
 - Afin de simplifier et de rendre plus accessible ses produits et/ou ses services.
 - Afin de mieux connaître et d'être plus proche de ses clients.
 - Afin d'ajuster ses produits et ses offres grâce aux statistiques.
- Quelles solutions un site e-commerce peut-il apporter ?
 - Une meilleure visibilité de son commerce.
 - Le renouvellement et l'expansion de sa clientèle.
 - La réduction d'un certains nombres de coûts.
 - L'étude et la connaissance de sa clientèle.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

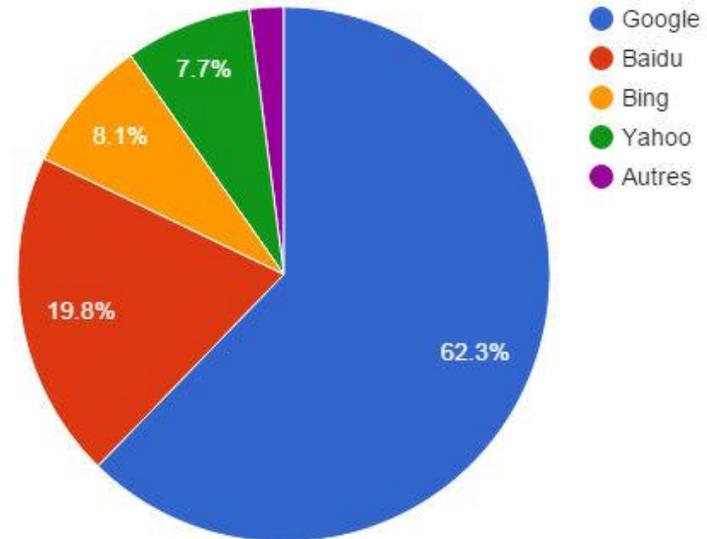
Les principaux moteurs de recherches :

- Google - Alphabet Inc.
- Bing - Microsoft
- Yahoo ! - Yahoo!
- Baidu - Baidu Inc.

Les autres moteurs de recherches :

- DuckDuckGo
- Qwant
- Exalead
- Ask

Parts de marché des moteurs de recherche dans le monde



RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Les différents annuaires de recherches :

- Page Jaune / Page Blanche
- Annuaire Google
- Référencement Annuaire Web : RAW
- Kannuaire
- Hannuaire
- etc.

Un annuaire web est un site internet qui répertorie d'autres sites internet dans le but d'améliorer le référencement de ces derniers. Les annuaires de sites peuvent être gratuit ou payant cela dépend de la politique du webmaster.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Pratique et exemples de recherches efficaces sur le moteur de recherche Google.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Les symboles pris en compte par Google

Le moteur de recherche permet d'utiliser de nombreux opérateurs pour affiner une recherche. Ceux-ci fonctionnent sur le moteur classique, ainsi que sur Google Images et autres déclinaisons.

- **Les guillemets** permettent de rechercher l'ensemble d'une expression.
- **Ajouter une tiret** devant un mot permet de l'exclure de la recherche.
- **Ajouter un tilde (~)** devant un mot permet d'inclure les synonymes de celui-ci.
- **Utiliser une étoile (*)** à la place des mots inconnus permet de les trouver : très utile lorsqu'on est à la recherche d'une expression oubliée. Exemple : *Galette * je t'aime*.
- **L'opérateur OR** permet de rechercher un mot ou un autre.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Ce que Google ne prend pas en compte

Si Google prend en compte un certain nombre d'opérateurs, il ne regarde absolument pas :

- **La casse** (minuscule/majuscule).
- **Les signes de ponctuation** en règle générale.
- **Les caractères spéciaux**, sauf +, @, &, %, \$, #, - et _.
- **Les mots de structure usuels** (articles courts, conjonctions...).

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Rechercher sur un seul site

L'opérateur **site:** permet de délimiter la recherche au site Internet de votre choix.

Exemple : *outilssite:fr.wikipedia.org.com.*

Il suffit de ne pas indiquer de mot-clef dans la requête pour visualiser l'ensemble des pages indexées.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Rechercher un type de fichier spécifique

Il peut être utile de limiter les résultats à un seul type de fichier. Il suffit d'ajouter ***filetype:*** suivi de l'extension choisie pour délimiter la recherche.

Exemple : *filetype:PDF* pour rechercher des documents, ou *filetype:PNG* pour rechercher les images correspondantes sur Google Images.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Les moteurs de recherche spécifiques

Google propose de nombreux moteurs de recherche spécifiques. Ils se révèlent particulièrement efficaces pour les recherches ciblées. Les principaux moteurs sont :

- **Google Scholar** : pour les étudiants et les chercheurs principalement, le moteur permet de rechercher une étude ou un projet de recherche.
- **Google Livres** : comme son nom l'indique, un moteur pour rechercher des livres.
- **Google Vidéos** : pour rechercher des vidéos, présentes ou non sur YouTube.
- **Google Blogs** : pour parcourir les meilleurs blogs.
- **Panoramio** : moins connu, ce service permet de découvrir des photos du monde entier.
- **Google Actualités** : pour ne pas rater les dernières informations.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Personnaliser les paramètres de recherche

- Ajuster les filtres SafeSearch : ils permettent de filtrer le contenu à caractère sexuel explicite.
- Activer la recherche instantanée : pour accélérer la recherche sur le moteur.
- Ajuster le nombre de résultats par page : par défaut, Google affiche (plus ou moins) 10 résultats par page. Il est possible d'afficher 20, 30, 40, 50 ou même 100 résultats par page.
- Ouvrir les résultats dans une nouvelle fenêtre ou non.
- Bloquer certains sites : la liste des sites indésirables est modifiable et limitée à 500 sites.
- Modifier la langue par défaut : vous pouvez également inclure plusieurs langues.
- Modifier la géolocalisation : vous pouvez choisir une adresse, un code postal, une ville ou pays pour spécifier votre position géographique. Cette donnée modifie les résultats.
- Activer ou non l'historique de recherche.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Désactiver la personnalisation liée à l'historique des recherches

Par défaut, Google utilise votre historique de recherche pour personnaliser les résultats obtenus. Vous pouvez très bien désactiver l'historique via les paramètres. De cette manière, les résultats de recherches ne seront plus liés à son historique. Il est également possible de vider son historique.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Rechercher les liens retour (Backlinks en anglais)

Google permet de rechercher les liens qui pointent vers un site. Il suffit d'utiliser l'opérateur **link:**, suivi du site de son choix.

Exemple : `link:antoinegautreau.com`

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Limiter la recherche aux titres ou aux URL

Des opérateurs permettent de border sa recherche :

- **inurl:** pour rechercher les pages incluant le mot clef dans leur adresse Internet
- **intitle:** pour limiter la recherche aux pages incluant le mot clef dans leur titre

Ces opérateurs peuvent être combinés et le préfixe *all* peut être ajouté pour rechercher uniquement les pages incluant un mot dans son URL ou dans son titre.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Rechercher les pages similaires

L'opérateur ***related***: permet de rechercher les pages similaires à une autre. Par exemple, la requête *related:lemonde.fr* indique une liste de sites d'informations. Cette fonctionnalité est d'autant plus performante que le site est reconnu et clairement identifié par le moteur de recherche.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

La recherche sur Google Images

Pour rechercher des images, le mieux est encore d'utiliser Google Images. Le moteur permet d'obtenir des résultats très précis, suivant le format voulu, la taille ou encore l'origine du visuel.

Session pratique sur Google Images

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Obtenir des données publiques : Google Public Data Explorer

De nombreuses données publiques sont agrégées par le moteur de recherche, et il suffit de taper directement la requête correspondante pour l'obtenir. Parmi ceux-ci, on citera le taux de chômage dans un pays donné, le PIB, l'espérance de vie, le taux de mortalité, les dépenses militaires...

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Il existe beaucoup d'autres fonctionnalités :

- Connaître la définition d'un terme précis :
 - Rien de plus simple : il suffit d'utiliser l'opérateur *define* : avant le terme à définir. Google précise la source et vous permet d'obtenir davantage de définitions, provenant d'autres sources.
- Convertir des valeurs
 - Google permet de convertir rapidement des valeurs, telles que la vitesse, la monnaie, ou la distance entre deux points. De nombreux systèmes et autres devises sont supportés.
- Connaître l'heure ou la météo d'un lieu, d'une ville ou d'un pays

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

Il existe beaucoup d'autres fonctionnalités :

- Connaître le cours de bourse d'une entreprise cotée
 - Google affiche parfois certains contenus liés à Google Finance. Ainsi, vous pouvez afficher le cours de bourse de Facebook grâce à la requête *NASDAQ:FB* ou de Google avec *NASDAQ:GOOG*.
- Connaître les vols en avion entre deux aéroports
 - Google permet de visualiser directement les vols disponibles entre deux aéroports. Il suffit d'écrire le mot *vol*, suivi des villes de départ et de destination. L'outil permet de connaître les compagnies affrétées, les horaires des différents trajets, ainsi que tous les vols au départ et à destination.

RECHERCHES EFFICACES SUR INTERNET

- Transformer Google en calculatrice scientifique !
 - Effectuer une opération mathématique : Pour effectuer une opération mathématique, rien de plus simple. Il suffit de l'inscrire dans le champ de recherche, et le tour est joué. Les additions, soustractions, multiplications et divisions sont supportées. Vous pouvez également obtenir des résultats plus complexes (*au carré* par exemple) ou rédiger en lettres les opérations que vous souhaitez résoudre (*1295 plus 42* fonctionne pour obtenir 1337).
 - Visualiser une fonction mathématique : Google permet d'aller plus loin, en visualisant des fonctions mathématiques, de la plus simple à la plus compliquée.

LES TENDANCES DU WEB

AVANT DE CRÉER SON SITE

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Le cahier des charges :
 - Lors de l'élaboration du cahier des charges de votre site Internet, il faut notamment indiquer :
 - Les objectifs du site (quantitatif et qualitatif)
 - La cible et son périmètre (multilingues ou non)
 - La description graphique et ergonomique (charte graphique)
 - Les contraintes techniques (technologies)
 - Les contraintes liées au contenu (types de contenu)
 - Le planning (date de mise en place)

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Le choix de la technologie :
 - Un site “Fait-main” :
 - Il s’agit d’un site web développé/écrit, en utilisant un langage informatique appelé **HTML**. Ce langage informatique est formé de **balises** qui sont lues et interprétées par le **navigateur**, afin de donner une forme **visuelle** et **graphique** au site web.
 - Un CMS (Système de gestion de contenu) ou une application web :
 - Il s’agit d’un logiciel destinés à la conception et à la mise à jour dynamique de sites web. C’est un système **automatisé** et **simplifié** d’installation et de gestion de sites, basé sur une **interface graphique**.

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Le site “Fait-main” :
 - Les avantages :
 - Site web personnalisé pour votre entreprise.
 - Fonctionnalités supplémentaires et personnalisées à vos besoins.
 - Les inconvénients :
 - Demande de connaître ou d’apprendre un certain nombre de langage informatique (HTML, PHP, etc.)
 - La durée de mise en place.
 - La difficulté de mise-à-jour.
 - La compatibilité partiel avec le matériel du public cible.

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Le CMS :
 - Les avantages :
 - Simplicité de mise en place et d'utilisation grâce à une interface graphique.
 - Modularité du système (via des modules externes).
 - La communauté.
 - Le référencement.
 - Le coût de mise en place.
 - Les inconvénients :
 - Le manque de flexibilité.
 - La sécurité.
 - Les performances.

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Le contenu
 - Il est important de définir le contenu par avance, afin d'avoir une idée globale de son projet. Que ce soit des images, du textes ou des fiches produits.
 - Il est également important que le contenu soit de bonne qualité. Il reflétera votre image sur Internet et donc, le succès de votre site web. N'hésitez pas à retravailler vos textes et vos images !
 - Si cela s'avère nécessaire, n'hésitez pas à faire appel à des professionnels (photographes, rédacteur web, etc.) qui peuvent vous aider à créer ou à retravailler votre contenu.

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Réaliser son site web soi-même (ou en interne) ?
 - Avantages :
 - Le faible coût de réalisation.
 - La maîtrise et la personnalisation de son site web.
 - Inconvénients :
 - Le temps de réalisation.
 - La difficulté liée à l'apprentissage des technologies du Web.

AVANT DE CRÉER SON SITE

- Déléguer la réalisation à un prestataire externe ?
 - Avantages :
 - Qualité de la création.
 - La durée de réalisation.
 - Inconvénients :
 - Le coût
 - La confiance (trouver le bon prestataire)
 - La propriété
 - La maintenance et les mises-à-jour

CRÉER UN SITE VITRINE SOUS WORDPRESS

CRÉER UN SITE VITRINE SOUS WORDPRESS

- Déposer un nom de domaine et s'inscrire chez un hébergeur Internet - Exemple chez *PHPNET*
- Définir l'arborescence de son site Internet
- Créer et gérer son contenu pour son site Internet :
 - Création de la structure et de pages Internet
 - Gestion du thème
- Compléter et enrichir sons site Web
 - Système d'extensions : Les meilleures extensions !

CRÉER UN SITE VITRINE SOUS WORDPRESS

- Sécuriser son site web :
 - Sécuriser l'accès à son site Internet :
 - Choisir le bon hébergeur.
 - Sécuriser son ordinateur ou ses logiciels.
 - Les mots de passes.
 - Sécuriser son site Internet :
 - Maintenances régulières
 - Mise-à-jour régulières
 - Sauvegarde de votre site et des bases de données.

CRÉER UN SITE VITRINE SOUS WORDPRESS

Gestion multi-utilisateurs

INITIATION À WORDPRESS

INITIATION À WORDPRESS

- **Présentation :**
 - **WordPress** est un Système de Gestion de Contenu (CMS pour Content Management System en anglais) lancé en 2003. WordPress est surtout utilisé comme **moteur de blog**, mais ses fonctionnalités lui permettent également de gérer n'importe quel site web. Il est distribué selon les termes de la licence **GNU GPL** version 2. Le logiciel est aussi à l'origine du service **WordPress.com**. (*source : Wikipédia)
 - WordPress a été créé par **Matthew MULLENWEG** et **Michel VALDRIGHI**.
 - WordPress est principalement développé par Matthew MULLENWEG.
 - En Novembre 2015, WordPress est utilisé par **25 % des sites web dans le monde**.

DÉMONSTRATIO N DE WORDPRESS

ANALYSER LE
TRAFIC

ANALYSER LE TRAFIC

- Installation d'un "traqueur de visites"
 - *Jetpack*
 - *Google Analytics*
- Analyse des mots-clés et performance
- Analyse des statistiques (*Google Analytics*)
- Tableaux de bords décisionnels

ASPECTS JURIDIQUES

ASPECTS JURIDIQUES

- Données à caractère personnel
 - Un site internet n'a pas à être déclaré en tant que tel. Mais, si vous faites un **traitement de données personnelles** utilisant un site internet, vous devez vérifier s'il faut ou non le déclarer à la **Cnil**. Ainsi un **site marchand** doit être déclaré à la Cnil. (*source : APCE)

ASPECTS JURIDIQUES

- Statut juridique
 - Il n'y a pas de statut particulier pour exploiter un site internet. Cette activité peut être exercée par un particulier mais aussi dans le cadre d'une entreprise individuelle ou d'une société.
 - S'il s'agit d'un site personnel qui ne fait aucun acte de commerce et qui ne génère aucun revenu, un cadre juridique n'est pas nécessaire. Par contre si des ventes sont effectuées par le biais du site (biens, services, espaces publicitaires), il convient alors d'engager un processus de création d'entreprise. (*source : APCE)

ASPECTS JURIDIQUES

- Nom de domaine
 - Les démarches liées au nom de domaine sont : la réservation, le paiement, le renouvellement. Il convient de vérifier que le nom déposé n'est pas une marque déjà réservée. En effet la marque est prioritaire sur le nom de domaine. Elle pourrait même imposer la fermeture définitive du site qui utiliserait cette marque. (*source : APCE)
 - Afin de vérifier l'antériorité d'une marque, n'hésitez pas à vous rapprocher de l'Inpi.

ASPECTS JURIDIQUES

- Obligations pour les sites qui diffusent de l'information (éditeurs de contenu en ligne)
 - La loi du 21 juin 2004 impose certaines obligations. C'est notamment des informations de base sur l'éditeur du site que l'on retrouve réunies dans une rubrique souvent appelée "informations légales". (*source : APCE)
 - A défaut de mise à disposition de ces informations au public, les sanctions pour les personnes physiques, sont de un an de prison et 75 000 euros d'amende.
 - Les sanctions pour les personnes morales vont de 375 000 euros d'amende et l'interdiction durant 5 ans - voire plus - d'exercer ce type d'activité.

ASPECTS JURIDIQUES

- Pour les personnes physiques ou morales agissant à titre professionnel
 - Informations générales :
 - Le nom du directeur ou du codirecteur de la publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction.
 - Le nom, la dénomination ou la raison sociale, ainsi que l'adresse, le numéro de téléphone de l'hébergeur.
 - Informations spécifiques pour les personnes physiques :
 - Doivent être indiquées : leur nom, prénoms, domicile, numéro de téléphone et - si elles sont assujetties aux formalités d'inscription au Registre du commerce et des sociétés ou au Répertoire des métiers - leur numéro RCS ou RM.
 - Informations spécifiques pour les personnes morales :
 - Doivent être indiquées : leur dénomination ou raison sociale, leur siège social, le montant de leur capital social, leur numéro de téléphone, leur numéro RCS ou RM.

ASPECTS JURIDIQUES

- Pour les personnes physiques ou morales n'agissant pas à titre professionnel :
 - Elles doivent indiquer les coordonnées de leur hébergeur (nom, dénomination ou raison sociale), sous réserve de lui avoir transmis les éléments d'identification personnelle. (*source : APCE)

ASPECTS JURIDIQUES

- Obligations pour les sites qui font du e-commerce :
 - Affichages obligatoires :
 - Informations concernant le vendeur
 - Informations à afficher concernant le bien ou le service en vente
 - Les cas particuliers
 - La garantie légale de conformité :
 - L'e-commerçant doit assurer la garantie légale de conformité qui passe de 6 mois à 24 mois : la loi Hamon instaure une présomption de défaut de conformité. Cette disposition entrera en vigueur en juin 2016.

ASPECTS JURIDIQUES

- Focus sur les Informations à afficher concernant le bien ou le service en vente :
 - Le prix
 - Le délai de livraison (Le délai doit être inférieur à 30 jours)
 - Le délai de rétractation (14 jours)
 - Les moyens de paiements
 - Les conditions et les modalités de mise en œuvre de la garantie.

ASPECTS JURIDIQUES

- Focus sur le délai de rétractation :
 - Le remboursement sera majoré de 10% au-delà de 10 jours de retard et de 50% au-delà de 60 jours. Le consommateur n'a pas à justifier sa décision de se rétracter, il ne doit pas non plus subir de pénalité de ce fait.
 - Attention si le produit a été trop utilisé par le client, le commerçant peut appliquer une décote ; il dispose de 4 jours pour vérifier le produit qui lui a été retourné.

ASPECTS JURIDIQUES

- Focus sur le délai de rétractation (suite) :
 - Le commerçant utilisera le même moyen de paiement utilisé par le client pour le rembourser. Un autre moyen de paiement est possible mais le commerçant devra recevoir l'accord du client. Il est possible à présent pour le commerçant de rembourser des achats payés par des bons cadeaux, par les mêmes bons cadeaux (ce qui permet d'éviter d'utiliser les chèques cadeaux en "machine à cash").
 - Par contre le commerçant devra adresser sans délai un accusé de réception sur un support durable à la demande de rétractation du client (un mail par exemple).

ASPECTS JURIDIQUES

- Focus sur le délai de rétractation (suite) :
 - Une fois la commande passée et au plus tard le jour de la livraison, le commerçant doit reprendre toutes les informations obligatoires par voie électronique ou papier. Comme il est prévu par ailleurs dans la loi que les conditions générales de ventes seront archivées, il faudra les joindre au message et prévoir un archivage dans le compte de l'utilisateur.
 - Enfin la loi Hamon interdit les pratiques qui consistent à cocher des cases par défaut pour vendre en plus d'autres prestations comme une assurance, une extension de garantie, etc.

ASPECTS JURIDIQUES

- La gestion des cookies

- Une directive européenne impose à l'éditeur de site internet qui dépose dans le navigateur de l'internaute un petit fichier appelé "**cookies**" ou "traceurs", de lui demander son consentement de façon expresse. Ce consentement est valable pour une durée de 13 mois
- Les cookies visés sont ceux qui permettent à l'éditeur du site d'obtenir des informations sur le profil de l'internaute, sa géolocalisation, des données personnelles sur ses goûts, ses affinités, etc.
- C'est également le cas des cookies de régies publicitaires qui va vous afficher des publicités adaptées à votre profil. Si votre site utilise de telles techniques, vous devez recevoir l'accord de l'internaute avant de lui envoyer de cookies, si ce dernier ne donne pas son accord, les cookies ne doivent pas arriver sur le navigateur de l'internaute.
- Pour en savoir plus, consulter le site internet de la Cnil.

ASPECTS JURIDIQUES

- Réglementation de l'e-mailing
 - La publicité par e-mail est très encadrée.
 - L'internaute doit clairement comprendre qu'il s'agit d'une publicité et doit pouvoir identifier l'émetteur.
 - L'internaute ne doit recevoir des publicités par e-mail **que s'il a donné son consentement**. La prospection est interdite si le vendeur utilise "les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen".
 - Il est nécessaire de déclarer ses fichiers clients-prospects à la Cnil.

FIDÉLISATION DU CLIENT

FIDÉLISATION DU CLIENT

- Les méthodes de fidélisations client :
 - e-Mails de promotion - Exemple avec l'outil *MailJet*
 - L'évaluation des achats - Exemple avec "*Avis vérifiés*"
 - Carte de fidélité
 - Réductions personnalisées - Exemple du code "*Anniversaire*"
 - Invitation VIP - Ventes Privées

L'ALTERNATIVE AU E-COMMERCE :

LES PLACES DE MARCHÉ

L'ALTERNATIVE AU E-COMMERCE :

LES PLACES DE MARCHÉ

- Définition :
 - “Une place de marché est le nom donné à une application web commerciale (qui peut être B2B ou B2C mais encore C2C ou C2B) fournissant, via des tiers, des biens ou services. Les places de marché suivent donc une logique plate-forme et peuvent incorporer des mécanismes de transaction sécurisés end-to-end administrés par le tiers de confiance. Elles incarnent jusqu'à présent la façon la plus simple et pratique de rationaliser économiquement et de manière multicanale le e-commerce.” (*source : Wikipédia*)

L'ALTERNATIVE AU E-COMMERCE :

LES PLACES DE MARCHÉ

- Intérêts de ces plateformes
- Risques de ces plateformes

CONCLUSION