



EXCELLENTIA FORMATION

Une porte ouverte sur votre avenir ...

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

Excellentia-Formation

Objectifs

- Comprendre les enjeux d'une présence sur le web
- Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine
- Assurer sa présence sur le web au travers d'un site d'e-commerce
- Analyser le trafic de son site



1. Introduction à internet



- Vocabulaire spécifique à internet :

- Navigateur web : programme informatique dont on se sert pour surfer sur internet : Internet Explorer, Chrome, Mozilla Firefox ou encore Safari.
- Moteur de recherche : programme informatique réalisant des requêtes et proposant des résultats pertinents selon les sites indexés dans sa base de données : Google, Bing, Yahoo.
- Site web ou site internet : ensemble de contenus et de pages accessibles en ligne. Le site internet peut-être vitrine (présentation) / événementiel (donc éphémère) / ecommerce (marchand) / blog (vocation journalistique / informative). Il est accessible par un nom de domaine.



- **Nom de domaine** : adresse de votre site internet sur le web. Il peut-être matérialisé par www.nomdedomaine.extension - exemple : www.monactivité.fr .
- **Hébergement** : formule qu'on contracte auprès d'un hébergeur qui nous permet de relier les contenus du site internet au nom de domaine



- **Template** : c'est le package de base du site internet qu'on va ensuite personnaliser et compléter à l'aide de modules pour obtenir votre site internet.
- **Module** : élément qui s'intègre dans un template pour permettre l'ajout de fonctionnalités non présentes par défaut sur votre site internet
- **CMS** : plateforme utilisée pour développer le site internet. C'est également l'interface qui permet de l'administrer au quotidien.



- **Webdesign** : étape amont de la création du site qui consiste à concevoir l'interface de votre support web. Cela inclut :
 - L'équilibre dans la quantité et l'agencement des contenus textes / images / vidéos
 - La hiérarchisation des contenus
 - La cohérence avec la charte graphique de l'entreprise
 - La cohérence avec les codes reconnus des utilisateurs : ergonomie

A ce stade, votre site internet est encore statique, on est sur des maquettes au format type PDF.

- **Web développement** : une fois que le webdesign est validé on réalise la mise en animation du site internet en mettant en place les interactions et les fonctionnalités prévues au cahier des charges. C'est grâce au web développement que votre site internet sera accessible en ligne.



- **Référencement** : ensemble de leviers permettant d'améliorer son positionnement dans les moteurs de recherche afin d'assurer la visibilité de son site web. Il existe deux types de référencement payants et naturels.
- **Site internet responsive** : site internet adapté pour tous les terminaux et toutes les tailles d'écrans : ordinateurs, mobiles et tablettes.
- **Réseaux sociaux** : plateformes d'échanges de contenus instantanés. Facebook, LinkedIn, Instagram, Pinterest et YouTube sont les réseaux sociaux les plus utilisés à titre professionnel.



- **Types de sites internet :**

- **Sites internet vitrines** : ils ont vocation à présenter votre entreprise, vos activités, vos événements / actualités. Les objectifs
- **Sites internet marchands** : appelés aussi sites ecommerce, ils ont pour vocation de vendre vos services et / ou vos produits en ligne. Un site est marchand est matérialisé par la possibilité de régler en ligne.
- **Blogs** : les blogs sont des sites internet qui ont une vocation informative de partage à l'attention des internautes pour faire découvrir ou donner un avis. Ils sont généralement articulés autour d'une thématique – exemples : beauté, « fait maison », mode, cuisine, bricolage, nouvelles technologies, etc.



- **Recherches efficaces sur Internet :**

- **Moteurs de recherche :**

- Google
- Yahoo
- Bing

- **Annuaire web :** sites internet qui recensent d'autres sites internet dans des catégories. Ils sont finalement la version dématérialisée de nos vieux annuaires papiers. Il existe plusieurs types d'annuaires :

- Généralisés
- Spécialisés
- Gratuits
- Payants



- **Faire une recherche efficace :**
 - Autour des mots-clés
 - Les codes utilisés pour simplifier sa recherche :
 - Les parenthèses
 - Mots d'articulation « OU » / « ET »
 - Les guillemets
 - L'étoile
 - Regarder les recherches associées



- **Les tendances du web**

- **Référencement** : la multiplication et l'automatisation de la création de sites internet nécessitent d'assurer une visibilité sur son segment. Le référencement devient donc un enjeu majeur.
- **Sites internet responsive** : la navigation mobile est primordiale. Au-delà de l'adaptation du site internet aux différentes tailles d'écrans, il faut penser à la rapidité de chargement et à la facilitation de l'accès à l'information.



- **Réseaux sociaux** : une stratégie digitale ne peut plus se contenter d'être centrée autour d'un site internet. Il faut penser à une logique globale en incluant les réseaux sociaux. Une articulation logique des différents supports est donc à réfléchir dès la conception.
- **Contenus visuels** : du visuel, du visuel et encore du visuel... et si c'est en vidéo c'est encore mieux ! Les internautes veulent des contenus dynamiques qui attirent l'œil, les vidéos, les belles photos, ou encore les pictogrammes sont très appréciés.
- **Interaction avec les utilisateurs** : le site doit certes présenter l'entreprise mais l'entreprise se doit de s'ouvrir et d'agencer l'information pour ses visiteurs. Le pragmatisme et l'aspect ludique sont de rigueur.

2. Avant de créer son site internet



- **Comprendre le vocabulaire technique**

- Nom de domaine
- Hébergement
- CMS
- Site internet vitrine
- Site internet marchand
- Site internet responsive
- Référencement
- Webdesign
- Webdéveloppement

- Template
- Module
- Mots-clés

Cf. vocabulaire spécifique de l'internet et les différents types de sites internet pages 4 à 9.



- **Cahier des charges**

- **Définition** : le cahier des charges du site internet est votre document référentiel pour suivre la bonne exécution du site internet. Il fait partie de la phase de conception qui intervient en amont des étapes opérationnelles.
- Vous pouvez créer vous-même votre cahier des charges ou rédiger les grandes lignes de votre réflexion. Dans ce dernier cas de figure, il vous faudra l'ajuster avec un professionnel afin de vous assurer la cohérence avec :
 - Vos objectifs
 - Votre cible
 - Votre activité / votre marché
 - Votre philosophie
 - Les tendances du moment

Dans tous les cas un avis extérieur est vivement recommandé pour prendre du recul et intégrer une vision et des remarques que vous n'aviez pas perçu auparavant.



- A quelles questions doit-on répondre pour constituer un cahier des charges ?
 - **Demande :**
 - Site vitrine ? Site marchand ?
 - Création ? Refonte ?
 - **Objectifs :**
 - Présentation activité ?
 - Prospection ?
 - Visibilité ?
 - **Cibles :**
 - Segment particulier ?
 - Particuliers ?
 - Professionnels ?



- **Zone géographique**
- **Délais**
- **Structure / arborescence :**
 - Parties
 - Sous-parties
 - Objectifs auxquelles elles répondent
- **Qui fait quoi ?**



- **Contraintes légales**

- **Mentions légales :**

- Pour un entrepreneur individuel : nom, prénom, domicile
- Pour une société : raison sociale, forme juridique, adresse de l'établissement ou du siège social (et non pas une simple boîte postale), montant du capital social
- Adresse de courrier électronique et numéro de téléphone
- Pour une activité commerciale : numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés (RCS)
- Pour une activité artisanale : numéro d'immatriculation au répertoire des métiers (RM)
- En cas d'activité commerciale : numéro individuel d'identification fiscale numéro de TVA intracommunautaire



- Pour une profession réglementée : référence aux règles professionnelles applicables et au titre professionnel
- Nom et adresse de l'autorité ayant délivré l'autorisation d'exercer quand celle-ci est nécessaire
- Nom du directeur de la publication et coordonnées de l'hébergeur du site (nom, dénomination ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone) pour les blogs et les forums
- Pour un site marchand, conditions générales de vente (CGV) : prix (exprimé en euros et TTC), frais et date de livraison, modalité de paiement, service après-vente, droit de rétractation, durée de l'offre, coût de la technique de communication à distance
- Numéro de déclaration simplifiée Cnil, dans le cas de collecte de données sur les clients (non obligatoire, mais recommandé). (source : SERVICE PUBLIC)



- **Spécificité sites marchands - Norme NF525 :**

- Depuis le 1^{er} Janvier 2018 les sites ecommerce doivent répondre à la norme NF525. Elle vise à augmenter la traçabilité des achats dans toutes les activités dont les activités de vente en ligne.



• Préparation des contenus (site vitrine)

- Exemple d'organisation – dossier :
 - Elément graphiques :
 - Logos
 - Charte
 - Page d'accueil :
 - Contenus textes
 - Médias : photos / vidéos
 - Rubrique 1 :
 - Sous-page 1 :
 - Contenus textes
 - Médias : photos / vidéos
 - Sous-page 2 : ...
- Actualités :
 - Actualité 1 :
 - Texte actu 1
 - Médias actu 1
 - Actualité 2 :...
- Références :
 - Logos références
- Implantations / Contact :
 - Fichiers Excel avec toutes les implantations :
 - Adresse
 - Téléphone
 - Horaires d'ouverture
 - Mail
 - ...
 - Fichier Excel formulaire contact :
renseignement des champs souhaités



• Préparation des contenus (site marchand)

- Exemple d'organisation – dossier :
 - Elément graphiques :
 - Logos
 - Charte
 - Page d'accueil :
 - Contenus textes
 - Médias : photos / vidéos

- Catégorie produit 1 :
 - Sous-catégorie 1 :
 - Fichier Excel avec :
 - Référence produit
 - Nom du produit
 - Descriptif produit
 - Coloris / finitions
 - Tarifs HT / TTC
 - Frais de port
 - Transporteurs
 - Dimensions
 - Poids
 - Nom des photos associées
 - Contenus textes
 - Médias : photos / vidéos
 - Sous-catégorie 2 : ...



- Présentation et initiation aux outils de création de site internet
- Les outils pour les sites vitrines (les plus connus et recommandés)





- Les outils pour les sites marchands (les plus connus et recommandés)





- Les outils pour les blogs



tumblr.





- Les outils pour les sites événements (billetterie en ligne)

woozevent

festik.net

Linscription.com



- **Ecueils à éviter :**

- **Que le nom de domaine soit entre les mains d'une autre entité** (type agence de communication). Veillez à avoir vos propres accès.
- **Les CMS « maisons »**. SAUF cas exceptionnel privilégiez des CMS connus et transférables d'une agence à l'autre. Cela vous permet d'assurer la durabilité de votre site internet et le transfert vers une autre structure si nécessaire.
- **Prendre un CMS non adapté à votre besoin**, si vous souhaitez un site marchand veillez à avoir un site dont la vocation première est de faire de la vente en ligne. Pour un site vitrine veillez également à avoir un CMS qui répond à votre objectif.

3. Créer un site web vitrine sur (Prestashop, WordPress, WooCommerce ou Joomla)



- **Réserver un nom de domaine**

- Vérifier la disponibilité de mon nom de domaine : se rendre sur une plateforme de réservation de noms de domaines et testez votre nom de domaine.
- Quels prestataires ? Exemples :





- **Réserver mon hébergement**
 - **Comment choisir mon hébergeur ?**
 - La fiabilité
 - Le SAV
 - La technologie
 - L'emplacement des datacenters
 - La spécialisation



- **Comment choisir la bonne formule ? Les questions à se poser :**
 - Quel type de site je mets en place ? Blog ? Site vitrine ? Site marchand ?
 - Vos moyens temps et surtout vos connaissances sur le sujet ? Débutant ? Expert ?
Cela va déterminer le type d'assistance dont vous allez avoir besoin.
 - Quel est le degré de sensibilité des données ?
 - Estimation du nombre de visites ?
 - Quel budget ais-je à consacrer à cela ?
- **Pour les sites internet ecommerce ou à données sensibles privilégier les formules plus sécurisées type : https, https cadena vert, etc.**



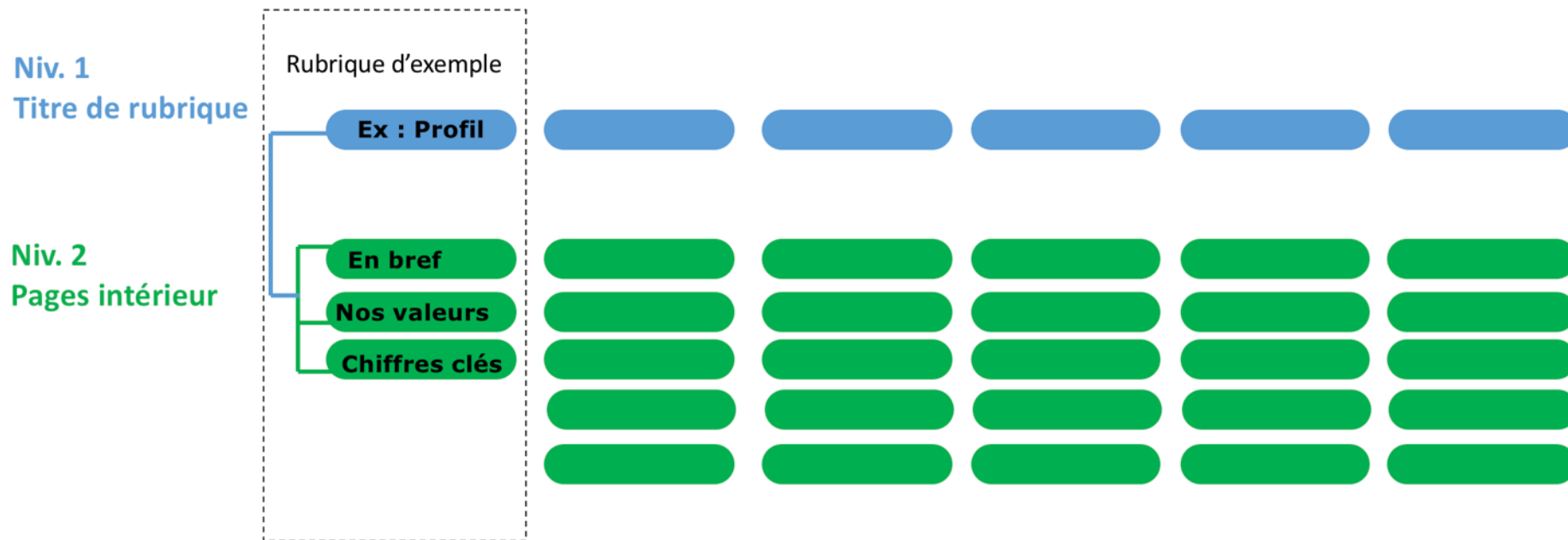
- **Définir l'arborescence :**

- Catégories
- Rubriques principales
- Sous-rubriques
- Déterminer les objectifs et les fonctionnalités par page
- Faire le lien avec l'organisation des contenus pages 21 et 22



• Les différents types de contenus

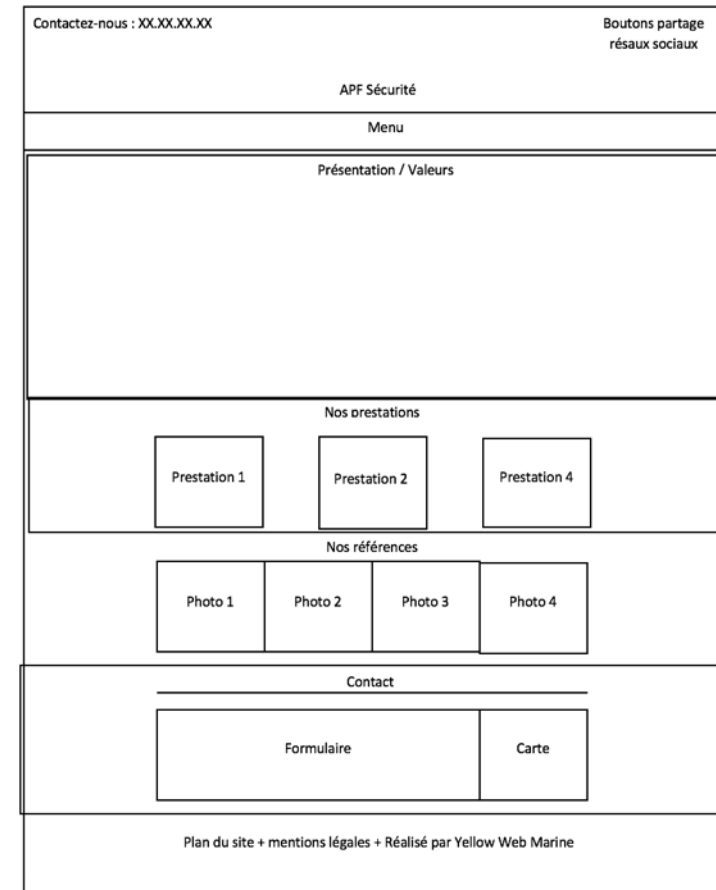
- Organiser les contenus :
 - Structurer la navigation





Page d'accueil

- Organiser les contenus :
 - Concevoir les pages :
 - **Temps 1** : le zoning consiste à schématiser les pages de votre site internet pour indiquer les informations qui vont prendre place. Cela permet également de réaliser le travail de hiérarchisation des contenus.
 - **Temps 2** : on décrit ensuite les espaces de la page les uns après les autres pour indiquer les effets / les réactions attendu(e)s.
 - Cela va permettre au web designer et au web développeur de suivre méticuleusement les consignes.





- Appliquer une charte graphique :
 - La charte graphique liée à votre entreprise est bien souvent établie en même temps que le logo. Elle vous donne les règles d'application du logo, les couleurs complémentaires, les typographies.
 - Soit votre charte graphique est complète et elle prévoit des typographies et des couleurs propres à l'internet et dans ce cas il faudra les transmettre à votre prestataire
 - Soit elle ne l'est pas et il est donc temps de la compléter pour intégrer ce volet supports de communication digitaux.

Quoiqu'il en soit, il faut vous assurer que votre image web reste cohérente avec l'ensemble de vos supports de communication. Il faut qu'on puisse vous identifier et vous reconnaître au premier regard.

- Préparer et intégrer les images : cf. exemple de dossier pages 21 et 22
- Insérer des liens hypertextes : dans vos documents textes il convient d'indiquer par des notes ou des commentaires, les liens que vous souhaitez faire et les adresses web correspondantes.



- **Compléter et enrichir le site web**

- Rappels sur l'utilité et le fonctionnement des plugins
 - **Rappel** : le plugin ou module permet d'ajouter des fonctionnalités non existantes dans votre template
 - **Les plugins** s'ajoutent complètent votre site, il faut donc les télécharger directement via votre CMS pour qu'ils puissent être associés.
- Améliorer l'interface utilisateur



- Ajouter des fonctionnalités de réseaux sociaux :
 - **Installation d'un module ou des icônes réseaux sociaux** pour permettre le lien vers vos comptes réseaux sociaux
 - **Installation des boutons de partage réseaux sociaux** sur toutes les pages de votre site internet. Cela permet à vos visiteurs de partager vos pages sur leurs réseaux sociaux.
 - **Installation d'un module pour synchroniser les actualités** du site internet et les publier vers vos réseaux sociaux - exemple : Buffer sur WordPress
 - **Intégration de vos fils d'actualités réseaux sociaux** sur votre site internet.



- Gérer la traduction du site :
 - **Importance de faire les choses professionnellement** et de faire appel à un traducteur si nécessaire
 - **Installation d'un module permettant la duplication** du site internet et l'intégration des contenus dans une autre langue.
 - **Importance également de prendre en compte la culture des autres visiteurs ciblés** et d'envisager l'adaptation de l'agencement de l'information en conséquence.



- Modification simple du thème fourni avec les CSS :
 - Espace dédié à la modification / l'édition des fichiers CSS
 - Via le FTP
- Création d'une page de contenu dynamique :
 - Page dynamique : page qui a vocation à être alimentée régulièrement :
 - Page d'accueil
 - Page actualités
 - Page références / réalisations
 - Page galerie photos
 - Moyens de créer une page dynamique :
 - Utilisation des modèles de page existant dans le thème (template)
 - Ajout de modules permettant l'agencement de contenus : vidéos / photos / textes



- **Sécuriser et manipuler le site**

- Limiter l'accès du site pendant les travaux :
 - **S'il s'agit d'une création de site internet** : il convient de mettre votre site internet en mode maintenance le temps de la mise en place. Cela se matérialise par l'accès à votre site internet grâce à un identifiant et un mot de passe. En attendant l'accessibilité à tous les visiteurs, vous pouvez mettre une page temporaire indiquant que votre site est en construction et laisser vos coordonnées.
 - **S'il s'agit d'une refonte de site internet** : il est recommandé de travaillé sur un lien temporaire pour ne pas mettre votre site actuel en dérangement. Cela permet également d'éviter la dégradation de votre référencement liée à l'absence de votre site.



- Déplacer le site d'un serveur à l'autre :
 - Logiciel FTP pour sauvegarder tous les fichiers de votre site
 - Sauvegarder vos bases de données MySQL
 - Configurer le fichier de connexion à la base de données
- Sauvegarde et restauration de la base de données :
 - Sauvegardes hébergeur
 - Mise en place d'un module de programmation de sauvegarde
 - Mise en place d'un script PHP qui fait la sauvegarde avec un tâche CRON



- Création d'un intranet / extranet
 - Déterminer l'objectif de la plateforme
 - Déterminer la cible
 - **Déterminer les niveaux de sécurité nécessaires**
 - **Déterminer les types de fichiers à stocker :**
 - Tailles
 - Formats
 - **Déterminer les profils utilisateurs :**
 - Organisation
 - Droits : administration ? Edition ? Lecture ?
 - Autres ?



- Administrer le site à plusieurs
 - Créer des utilisateurs :
 - Donner les droits à différents utilisateurs
 - Déterminer leur niveau de contribution :
 - Administrateur
 - Editeur / contributeur
 - Lecteur
 - Etc.
 - Gérer les droits d'accès avancés :
 - Accès par page
 - Accès par paragraphes



• Analyser le trafic

- Installation d'un traqueur :
 - Traqueur le plus répandu : **Google Analytics**
 - **Créer un code de suivi sur Google Analytics**
 - **Intégrer le code de suivi dans votre CMS pour**



- Analyser le trafic :
 - Analyse des mots-clés et expressions performantes :
 - **Installation / activation de la Google Search** en complément de Google Analytics
 - Statistiques et indicateurs de performance
 - **Taux de rebond** : pourcentage de visiteurs qui entrent sur le site et qui en ressortent immédiatement. Un bon taux de rebond se situe en dessous des 50%.
 - **Nombre de visiteurs** :
 - Nombre de nouveaux visiteurs
 - Nombre de visiteurs revenants
 - **Nombre de contacts entrant grâce au formulaire du site internet**
 - **Nombre de page / visiteur**
 - **Canal de provenance des utilisateurs** : direct / réseaux sociaux / moteurs de recherche / maillage
 - **Parcours / comportement des utilisateurs**
 - **Age des utilisateurs**
 - **Provenance géographique**
 - **Pour les sites marchands : taux de conversion / taux de transformation**



- **Mise en place de tableaux de bord décisionnels :**
 - **Détermination de vos objectifs** liés au site internet
 - **Détermination des indicateurs** qui vont vous permettre de valider l'atteinte des objectifs
 - **Mise en place d'un document** permettant le recensement de vos chiffres clés
 - **Assurer un suivi** mensuel de votre tableau
 - **Créez un reporting** et mettez ce sujet à l'ordre du jour de vos réunions d'équipes pour mettre en place des actions correctrices si nécessaire

Aspects juridiques

Les obligations légales à respecter dans l'usage de contenus et la collecte de données :

Autorisations nécessaires pour la diffusion de contenus non créés par l'entreprise

Préciser les crédits photos ou si vous ne les avez pas privilégiez des photos libres de droits.

Exemple banque d'images : Pixabay

Autorisations écrites dans le cas de la diffusion de photos avec des personnes (exemple : employés, partenaires, clients, etc.) dont l'identité est reconnue

Autorisations pour l'utilisation de références clients



Fidéliser les clients

Les méthodes pour fidéliser les clients :

- Email de promotion en lien avec les achats déjà effectués :
 - **Systèmes de captation d'adresses mails :**
 - Systèmes de captation d'adresses mail en échange d'un document, d'une remise, etc. - Exemples : Optimonk, Getresponse
 - **Modules** permettant la génération de newsletter et assurant la synchronisation des contacts :
 - MailChimp
 - MailJet
 - Sendinblue



- Evaluation des achats :
 - Module de commentaires pour permettre aux internautes de donner leur avis sur les prestations / les produits
- Mise en place de carte de fidélité :
 - Mise en place de codes promotionnels
 - Mise en place de cartes cadeaux
 - Généralistes
 - Spécialisés



• L'alternative des places de marché :

- Définition des places de marché :
 - **Définition** : espace de vente en ligne qui référence un multitude d'annonceurs pour donner un large choix d'offre aux visiteurs. - Exemple : c'est comme les Galeries Lafayette qui présente un grand nombre de marques et de produits dans un même espace de vente.
 - **Places de marché généralistes** type Amazon, Cdiscount, Rue du commerce, Fnac, etc.
 - **Places de marché spécialisées** type Place des tendances, Camif, etc.
- Intérêts et risques à être présent sur ces plateformes :
 - **Augmentation de la visibilité**
 - **Augmentation du chiffre d'affaires**
 - **Masse de produits concurrents vendus sur la même plateforme, fidélisation difficile**
 - **Marge amoindrie**