

Nouvelles technologies

Compétences numériques

***Module 3: Le Web et le E-Commerce, les outils  
pour améliorer son chiffre d'affaires***

## 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,

# Sommaire

## ↳ Introduction à Internet,

- Le vocabulaire spécifique à Internet,
- Les différents types de sites internet,
- Les recherches efficaces : les moteurs de recherche, les annuaires de recherche généralistes, les types de recherches (*mots, expressions clefs, syntaxe, astuces pour obtenir des résultats pertinents*)
- Les tendances du Web

## ↳ Introduction à la création d'un site internet

- Le vocabulaire technique, le cahier des charges & les contraintes légales,
- La préparation de contenus,
- Présentation et initiation aux outils de création de site internet,
- Les écueils à éviter

# Sommaire (Suite )

## ↳ Créer un site web vitrine (*Prestashop, WordPress, WooCommerce ou Joomla*)

- Le nom de domaine & les hébergeurs,
- Définition de l'arborescence,
- Les différents types de contenus (*organisation, structuration de contenus, la conception des pages, l'application d'une charte graphique etc...*)
- Compléter & enrichir son site web (plugin, interface utilisateur, contenu dynamique etc..)
- L'administration, la sécurisation et la manipulation d'un site internet,

## ↳ L'analyse du trafic

- L'installation d'un traqueur,
- Statistiques & indicateurs de performance, (mots-clés, expressions performantes)
- La mise en place des tableaux de bords décisionnels,

## ↳ Les aspects juridiques

- Les obligations légales

## ↳ La fidélisation des clients

- Les méthodes de fidélisation

## ↳ L'alternative des places de marché

- Définition
- Intérêts & risques des plateformes de marché



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

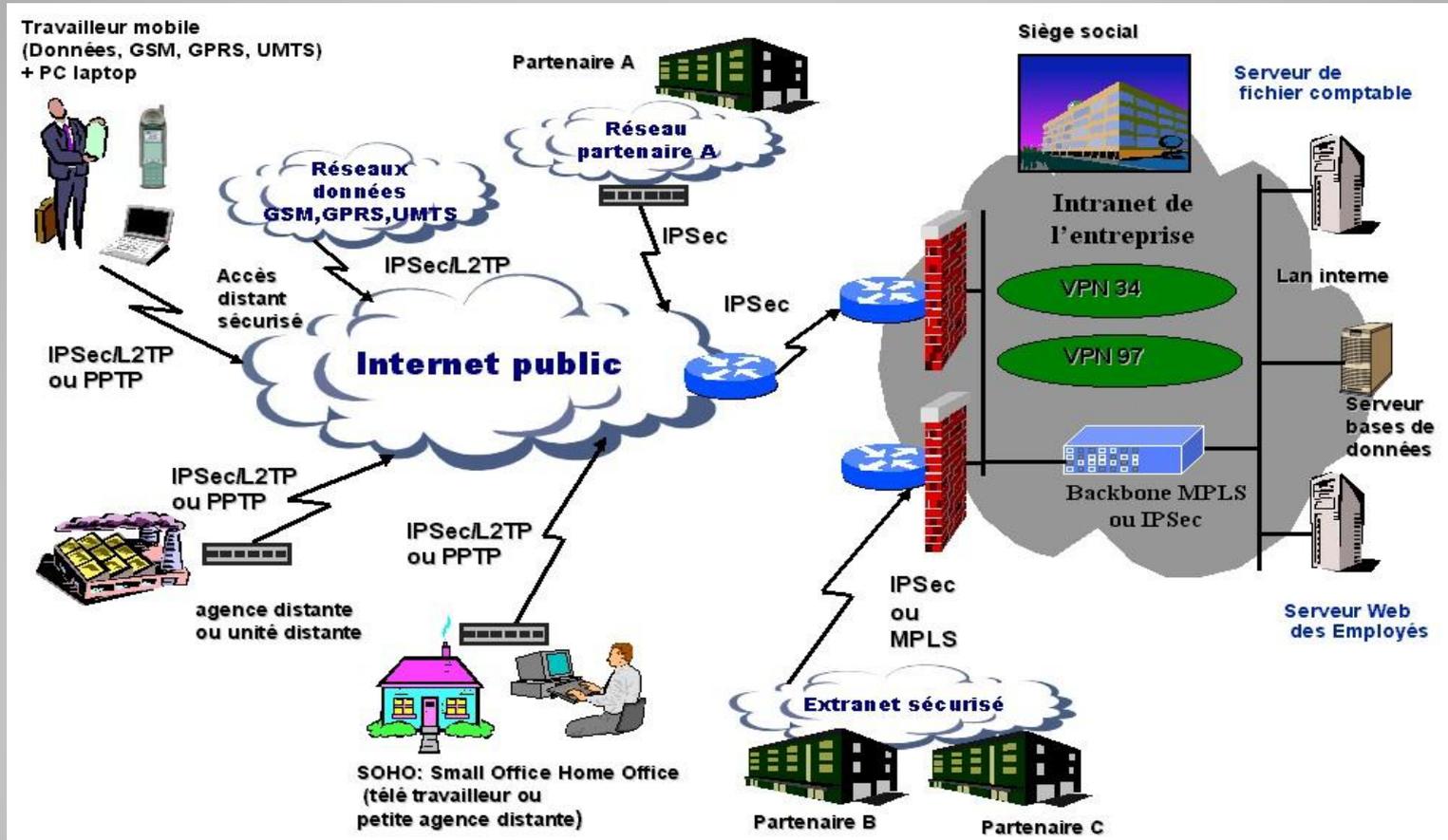
## Vocabulaires Internet

- URL -> Lien hypertext -> adresse internet -> adresse web
- Firewall -> barrière de sécurité -> pare feu
- Webcasting -> Netcasting -> diffusion sur la toile
- Thread -> article de forum, Newsgroup -> forum
- Provider -> FAI -> Fournisseur d'Accès Internet
- Browser -> navigateur -> logiciel de navigation
- Cracker -> pirate
- Hacker -> fouineur
- Spyware -> Logiciels espions
- Adware -> publiciel -> Logiciels diffusant de la pub

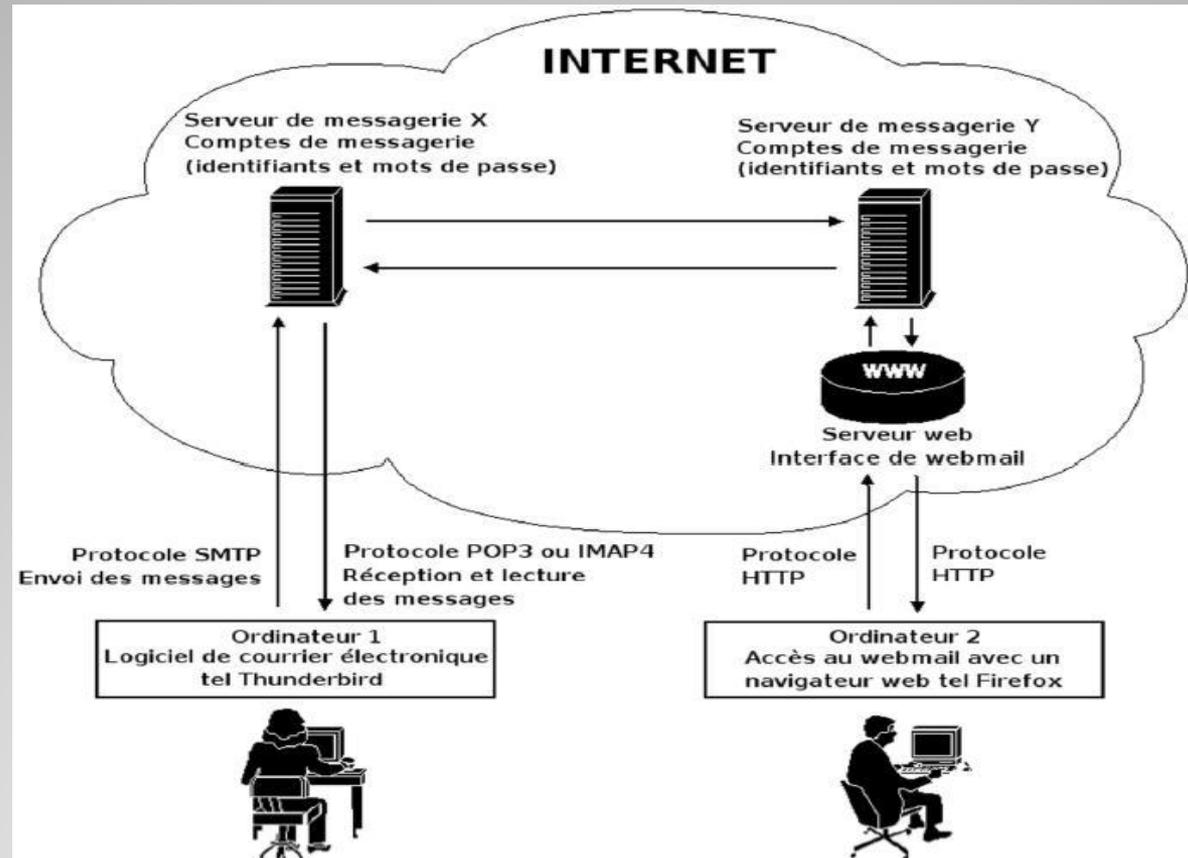
# Vocabulaires Internet

- Gateway -> passerelle
- Proxy -> proxy server -> passerelle -> serveur mandataire
- Internet Network -> Net -> World Wide Web (www) -> toile d'araignée -> toile mondiale -> la toile -> le Web -> Autoroutes de l'information-> Internet
- Bookmark -> Signet
- Cookie -> témoin
- drag and drop -> glisser-déposer
- Emoticon -> smiley -> Frimousse
- DNS -> nom de domaine

# Vocabulaires Internet



# Vocabulaires Internet

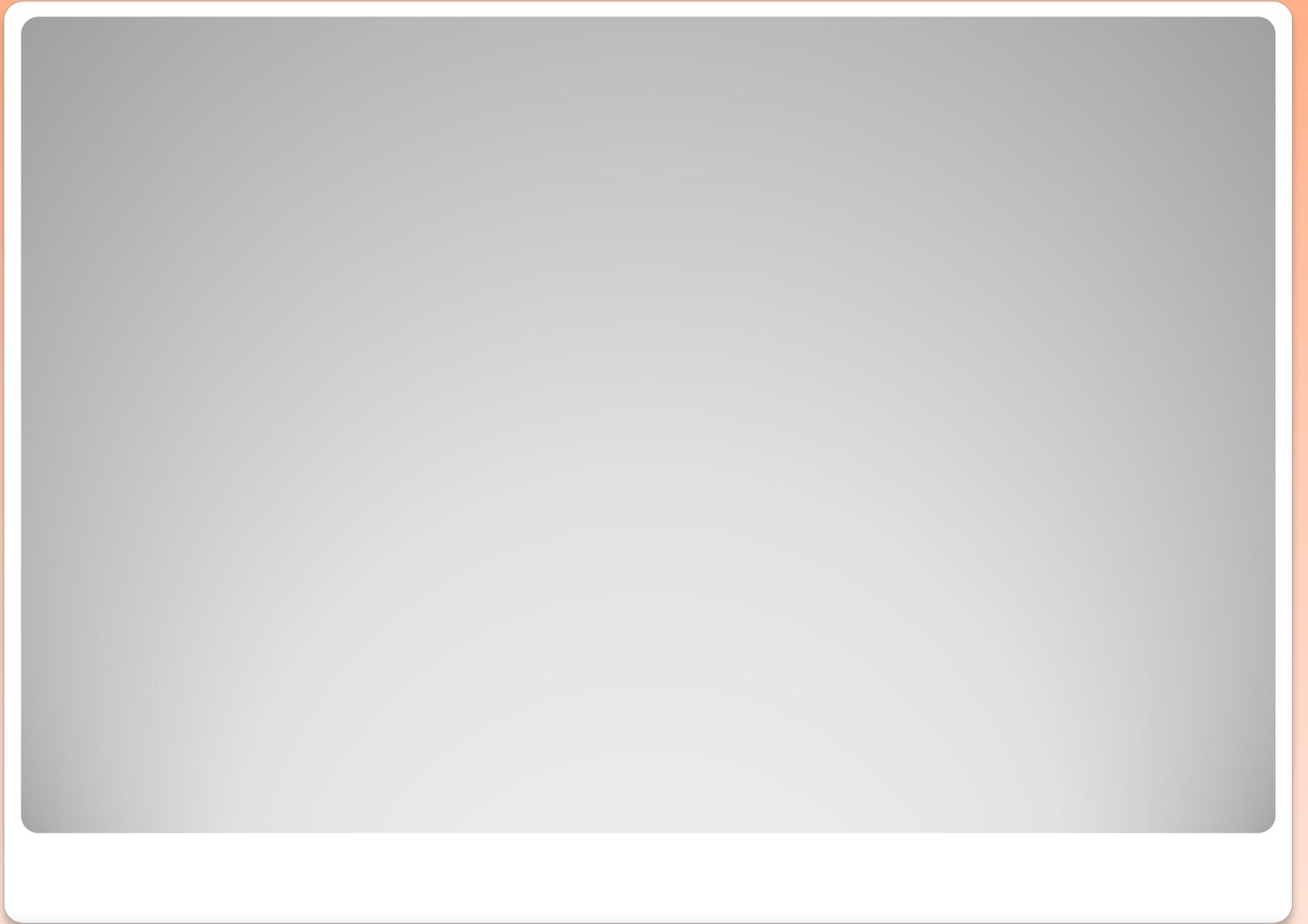


# Les protocoles

- **Nommer et connaître une machine : IP, DNS**
- Adressage et routage : IPX
- Contrôle de transmission : TCP
- **Transferts de fichiers : FTP, FTSP**
- Connexion distante, communiquer avec des services et transmission de donnée en mode texte : Telnet
- **Chargement de pages web : HTTP, HTTPS**
- **Transmission de données sur Internet : HTTP, HTTPS, MIME, UDP**
- **Transports de courriers électroniques : SMTP - POP/IMAP**
- Messages de contrôle et d'erreur (service ou hôte) : ICMP
- Routage interne à IP : ICMP
- Communiquer par la voix : VoIP
- Forums de discussion : NNTP
- **Communication instantanée : IRC**
- Connexion entre deux hôtes : PPP, PPPoX

# Les protocoles

|   |              |   |
|---|--------------|---|
| 1 | Application  | ex. HTTP, SMTP, SNMP, FTP, Telnet, NFS  |
| 2 | Présentation | ex. XDR, ASN.1, SMB, AFP  |
| 3 | Session      | ex. ISO 8327 / CCITT X.225, RPC, Netbios, <b>ASP</b>  |
| 4 | Transport    | ex. TCP, UDP, RTP, SPX, <b>ATP</b>  |
| 5 | Réseau       | ex. IP (IPv4 ou IPv6), ICMP, IGMP, X.25, CLNP, ARP, OSPF, RIP, IPX, DDP   |
| 6 | Liaison      | ex. Ethernet, Token Ring, PPP, HDLC, Frame relay, RNIS, ATM, Wi-fi  |
| 7 | Physique     | ex. techniques de codage du signal (électronique, radio, maser, Bluetooth, ...) pour la transmission des informations sur les réseaux physiques (réseaux filaires, optiques, radioélectriques...) |



## Définition

Un **moteur de recherche** est une application informatique permettant de **rechercher** une **ressource**. Sur l'internet il existe des sites web dont le principal service est la recherche,



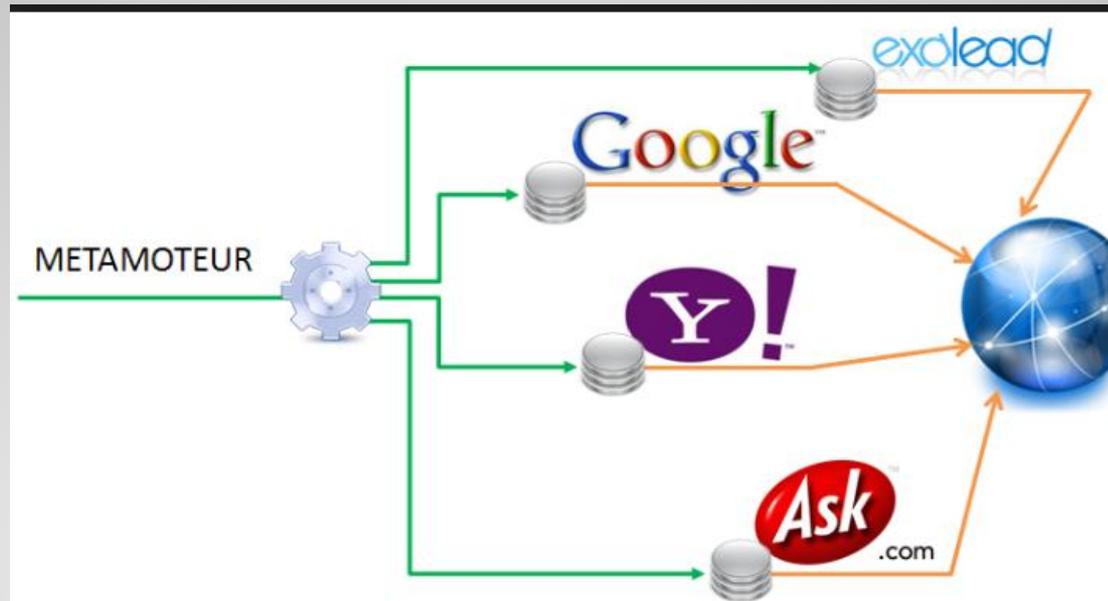
## Définition

Un **annuaire** sur le web est généralement **une bibliothèque** virtuel de sites web. Les annuaires sont ainsi connu pour classer les sites de manière **thématique**. Contrairement à un moteur de recherche sur lequel il faut faire une recherche par mot-clé, un annuaire se visite par des catégories



# Définition

un **métamoteur** est un moteur de recherche qui répond à des requêtes en interrogeant simultanément plusieurs autres moteurs et en agrégeant les résultats obtenus. Les résultats sont dédoublonnés sur les pages de réponse à la requête.





**Avant de créer son site**

# Définition, vocabulaire pour créer un site Web

## Site dynamique

Site dont le contenu peut être modifié de façon autonome par l'administrateur du contenu. C'est la partie de votre site dont l'accès vous est réservé grâce à un mot de passe. Vous gérez la mise à jour de votre actualité, de vos annonces ou d'un catalogue de produits...

## Site statique

site dont le contenu est fixe, modifiable uniquement par un webmaster.

## CMS

"Content Management System" ou CMS est un système de gestion de contenu destiné à la mise à jour dynamique de site web ou d'application multimédia.

## Plug-in

un plugin ou plug-in (aussi nommé module d'extension) est un logiciel qui complète un logiciel hôte pour lui apporter de nouvelles fonctionnalités.

## Template

Page unique, un modèle qui sera utilisé par toutes les autres pages du site. La conception de ce modèle unique

**Front-office**

Désigne la partie qui prend en charge l'interface du site visible par le visiteur.

---

**Back-office**

Partie qui permet à l'entreprise d'administrer et de gérer son site.

---

**Open-source**

Logiciels dont la licence respecte des critères précisément établis par l'Open Source Initiative, c'est-à-dire la possibilité de libre redistribution, d'accès au codesource et de travaux dérivés.

---

**Registrar**

Prestataire habilité par les «registres» à réserver des noms de domaines.

---

**Cookies**

Fichier stocké sur l'ordinateur du visiteur d'un site, utilisé pour une authentification, une session (maintenance d'état), et pour stocker une information spécifique sur l'utilisateur, comme les préférences d'un site ou le contenu d'un panier d'achat électronique.

---

**Frame**

Technique des jeux de cadres composant une ressource unique à partir de plusieurs pages web assemblées par le navigateur. Technique à éviter !

---

**Flux RSS**

Fichier dont le contenu est produit automatiquement en fonction des mises à jour d'un site Web. Les flux RSS sont souvent utilisés par les sites d'actualité ou les blogs pour présenter les titres des dernières informations consultables en ligne.

## **W3C**

Le World Wide Web Consortium, abrégé par le sigle W3C, est un organisme de standardisation à but non-lucratif chargé de promouvoir la compatibilité des technologies du web.

---

## **CSS**

CSS (Cascading Style Sheets : feuilles de style en cascade) est un langage informatique qui sert à décrire la présentation des documents HTML et XML. Les standards définissant CSS sont publiés par le World Wide Web Consortium (W3C).

---

## **PHP**

Langage de scripts libre principalement utilisé pour produire des pages Web dynamiques via un serveur HTTP

---

## **Base de donnée**

Une base de donnée couplée à une page Web permet de faciliter la mise à jour d'informations souvent modifiées. Une base de donnée peut aussi servir à stocker des informations entrées par vos visiteurs: coordonnées, avis et réaction, demande de renseignement, participation à un forum de discussion etc...

---

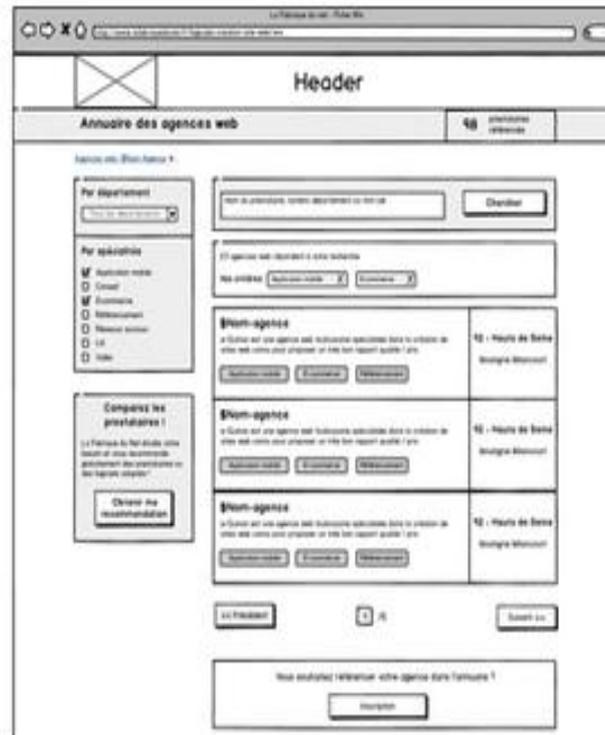
## **Charte graphique**

C'est l'ensemble des éléments visuels qui définissent l'aspect graphique de votre site : logo, gamme de couleurs, typographie, mise en page, lettrines, icônographie, boutons et menu, etc... La charte graphique, définie lors de la maquette du site, donne une cohésion à l'ensemble de votre site. Elle doit à la fois reprendre des codes graphiques de votre secteur d'activité tout en vous apportant une identité originale !

---

# Le cahier des charges

Le cahier des charges d'un site internet est généralement présenté sous la forme d'un document word bien structuré pouvant inclure tous les éléments visuels utiles à sa compréhension : schémas explicatifs, maquettes fonctionnelles, logos, captures d'écrans de sources d'inspiration, images d'illustration, ... Selon les projets et leur complexité sa taille peut varier d'une quinzaine à une centaine de pages.



Exemple de maquette fonctionnelle d'une page web

## Contenu du cahier des charges

Etant donné qu'il s'agit d'un document extrêmement structurant pour le travail de votre prestataire web il doit être aussi précis et exhaustif que possible. Il doit respecter un certain fil logique que l'on peut matérialiser par le plan global suivant :

- Présentation d'ensemble du projet
- Description de la charte graphique
- Description fonctionnelle et technique
- Prestations attendues et modalités de sélection des prestataires

# Description du contenu du cahier des charges

## 1. Présentation d'ensemble du projet

### 1.1. Présentation de l'entreprise :

Présenter l'activité de l'entreprise : date de création, services ou produits vendus, nombre de salariés, CA, principaux axes de développement, principaux concurrents, ...

Expliquer le rôle de votre projet web dans la stratégie de l'entreprise  
S'il s'agit d'une refonte d'un site internet existant, préciser : son trafic mensuel, quelques statistiques de performance (taux de rebond, taux de conversion, ...), le nombre de pages existantes à récupérer, les technologies utilisées, ...

## 1.2. Les objectifs du site :

Détaillez le ou les objectifs de votre site web. Préciser s'il s'agit :

- D'un site e-commerce destiné à vendre des produits
- D'un site vitrine pour présenter l'activité de votre entreprise
- D'un media en ligne
- D'un support promotionnel par exemple pour le lancement d'un évènement
- D'un logiciel en ligne

### **1.3. La cible adressée par le site :**

Ciblez-vous les entreprises ou les particuliers ?

Quelles sont les caractéristiques et les centres d'intérêt de votre cible ?

Identifiez les différents segments composant votre cible (par exemple PME et grandes entreprises) et hiérarchisez leur importance stratégique

#### **1.4. Objectifs quantitatifs :**

Ce type d'information doit donner une idée du niveau d'activité sur votre futur site, ce qui peut impacter le choix de l'infrastructure technique.

Quel volume de trafic visez-vous sur votre site ?

Dans le cas d'un site e-commerce, quel est votre objectif en termes de volume de ventes ?

Quel volume mensuel de prospects espérez-vous collecter par vos formulaires ?

## **1.5. Périmètre du projet :**

Votre site doit-il être multilingue ?

Quelles langues sont concernées ?

Pour chaque langue le site doit-il subir des adaptations autres que la traduction du contenu ?

Souhaitez-vous que votre site soit adapté pour les supports mobiles ?

## **1.6. Description de l'existant :**

Y a-t-il une déjà une précédente version du site en ligne ?

Possédez-vous le nom de domaine que vous souhaitez utiliser ?

Quand est-il de l'hébergement ?

Y a-t-il des documents de présentation de l'entreprise ou de ses produits disponibles ?

Quelles sont les ressources disponibles (logos, éléments graphiques, textes, ...) ?

Y a-t-il des ressources humaines internes ou externes déjà allouées au projet (chef de projet, webdesigner, webmaster, ...) ?

**Description graphique, ergonomique, fonctionnelle, technique etc...**

# Créer un site internet vitrine

Front office

Indexation

Maillage interne

M-commerce

PageRank

Ergonomie

Responsive design

SEO

SEA

SMO

SEM

Solution de paiement

Taux de conversion

Trafic

URL rewriting

Flash

Cache

Balises

Back office

Backlinks

# Créer un site internet vitrine

## Rédiger un cahier des charges

Le cahier des charges doit permettre de bien comprendre votre projet, de cerner les tenants et les aboutissants de celui-ci et d'avoir une visibilité sur le long terme. Il sera le référentiel et formalisera les objectifs à atteindre et contraintes techniques et fonctionnelles de votre projet

### Contexte Générale

- Historique
- Existant
- objectif

### La société

- Info juridique
- Dates clés
- Activité(s)
- Implantation
- Chiffre clés

### Le Projet

- Titre
- Motivation
- Commentaires

# Créer un site internet vitrine

## Contraintes Légales

Nul n'est censé ignorer la loi

- Inscription à la CNIL
  - ✓ Loi informatique et liberté (déclaration simplifiée)
- Mentions Obligatoires
  - ✓ Raison sociale, Adresse, Téléphone, N° Siren,...
- Conditions générales de vente
  - ✓ C'est le contrat qui va vous lier avec votre client
- Opt out
  - ✓ Dans vos formulaires, cases à cocher pour envoi de mails à NON
- Cookies

# Créer un site internet vitrine

## Contraintes Légales

- Le double clic
  - ✓ Affichage de la commande avec prix total avant paiement
  
- Coordonnées téléphoniques non surtaxées
  - ✓ Tout client doit pouvoir vous contacter au prix d'un appel local
  
- Droit de rétractation
  - ✓ 14 jours pour ce rétracter et demander le remboursement
  
- Date limite de livraison
  - ✓ Indiquer la date limite de livraison, au plus tard 30 jours
  
- Date des promotions

# Créer un site internet vitrine

## Préparation des contenus : La charte graphique

- Ensemble des symboles et des règles qui définissent l'identité graphique d'un site
- Ensemble de l'identité visuelle d'un site web
- L'objectif d'une charte graphique est double :
  - ✓ Avoir une cohérence graphique quelle que soit la page du site web
  - ✓ Faciliter la navigation et la lecture grâce à l'utilisation de repères visuels constants

Pour un site web, la charte graphique joue un rôle déterminant dans la première impression et la crédibilité de votre site.

# Créer un site internet vitrine

## Préparation des contenus : Catalogue produit

- Classification des produits
- Caractéristique des produits
- Organiser efficacement l'affichage de votre catalogue
- Moteur de recherche
  - ✓ Recherche affinée
- Zoom sur une fiche
- Tarif
  - Importation d'un catalogue existant

# Créer un site internet vitrine

## Outils de création de site internet

### Quelle solution e-commerce ?

Pour la création d'une boutique en ligne, il existe des solutions qui ne nécessitent pas de trop larges connaissances de développement web pour créer son site web.

# Créer un site internet vitrine

## Outils de création de site internet

prestashop

- La solution idéale pour se lancer dans le e-commerce
  - Par ses qualités intrinsèques
    - Solution complète et extensible
    - Personnalisable
  - Par son budget de mise en place, d'exploitation et de suivi
- Par son écosystèmes
  - Open Sources
  - Services PrestaShop France
  - Communauté
  - Add'ons
- Solution française

<https://www.youtube.com/watch?v=19dSP8Zh9e0>

# Créer un site internet vitrine

## Outils de création de site internet

- Compatible tous thèmes WordPress
- Gestion des produits (Prix, TVA, Variations)
- Gestion des stocks (seuil d'alerte)
- Gestion des coupons de réduction
- Suivi des commandes (envoi, réclamation, livraison)
- Intégration PayPal
- Gestion de la livraison (5 modes en natif)
- Rapports et statistiques détaillées
- Suivi et inscriptions des clients
- Emails de commande, facture, d'envoi
- Création automatique des pages e-commerce
- Etc... et j'en oublie ;)



[https://youtu.be/g-nBqXknql8?list=PLzthmE-\\_9wQKkD20cm\\_Yzivo4NN1EHtlm](https://youtu.be/g-nBqXknql8?list=PLzthmE-_9wQKkD20cm_Yzivo4NN1EHtlm)

# Créer un site internet vitrine

## Ecueils à éviter

Être propriétaire de son nom de domaine et sa boîte mail

Optimiser le taux de conversion

Se renseigner sur le coût total de création

Ne pas négliger la visibilité

Méfiez-vous des packs « tout compris »

Attention aux pièges juridiques

Ne pas confondre trafic et chiffre d'affaires

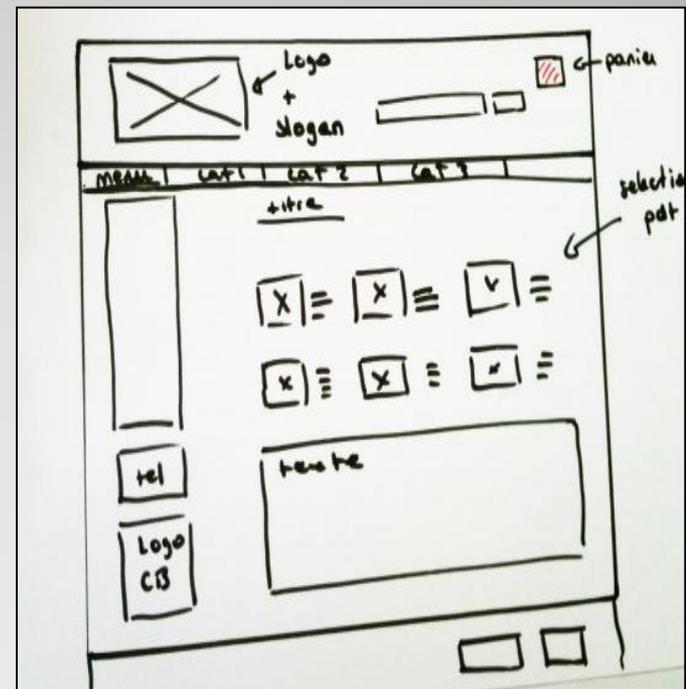
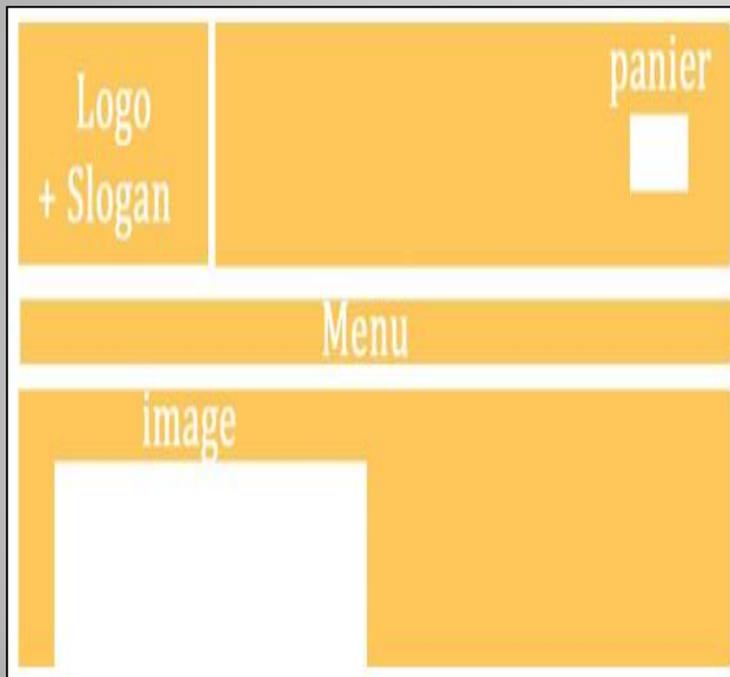
Être réactif et présent vis-à-vis des clients

Importance du taux de conversion

Des prestations non obligatoires mais essentielles

# Les différents types de contenus

Pratiques à mettre en place pour optimiser la navigation entre les différentes pages de votre site et rendre l'expérience de navigation unique.



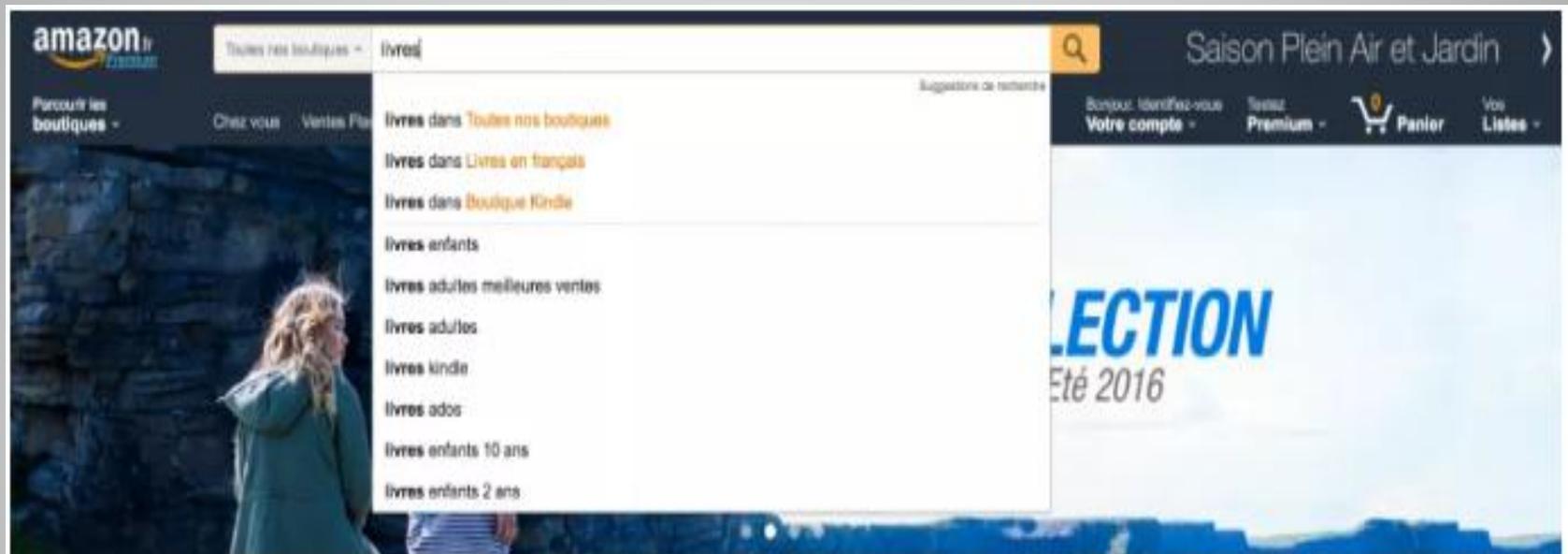
# Les différents types de contenus

## RÉDUIRE LE NOMBRE DE CLICS POUR CONVERTIR VOTRE UTILISATEUR

La règle des 3 clics. Cette pratique permet à l'utilisateur d'arriver en seulement 3 clics vers ce qu'il recherche en terme d'informations ou directement sur le produit.

# Les différents types de contenus

UTILISER DES FORMULAIRES QUI S'AUTO-COMPLÈTENT



# Les différents types de contenus

## METTRE EN PLACE DES FILTRES PRODUITS POUR OPTIMISER VOS RECHERCHES

- Le prix : Souvent représenté par des tranches de prix
- Les tailles ou les dimensions
- Les couleurs
- Les marques
- Le secteur
- Les disponibilités
- Les avis des consommateurs



# Les différents types de contenus

## UTILISER DES MENUS DÉROULANTS

Un menu déroulant est une barre de navigation horizontale ou verticale qui nous permet d'accéder à différents contenus sur notre menu



# Les différents types de contenus

## UNE ARBORESCENCE COHÉRENTE POUR UNE EXPÉRIENCE CLIENT UNIQUE

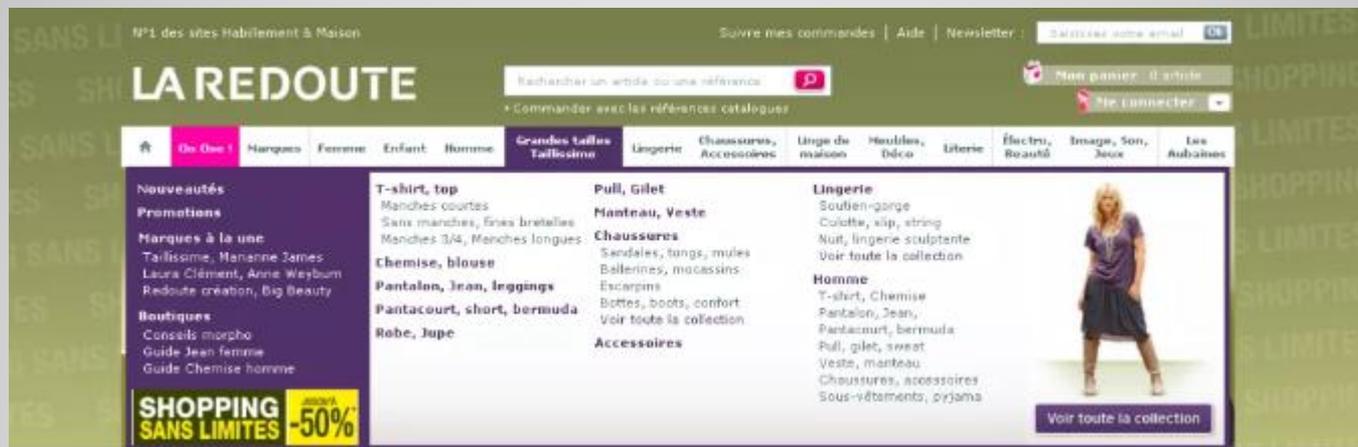
Le point fort de votre site passe par son arborescence. Elle permet d'avoir une prise de vue sur l'ensemble de votre site web et des différents parcours de navigation pour accéder à l'intégralité de vos pages :

- Faites une liste de vos contenus pour différentes pages et les hiérarchiser
- Étudiez les sites de vos concurrents
- Pensez votre site pour optimiser votre référencement.

# Les différents types de contenus

## METTRE EN PLACE UNE NAVIGATION PAR COULEURS POUR GUIDER L'UTILISATEUR

Pour guider votre utilisateur tout au long de sa visite sur votre site, il est important d'associer une couleur en particulier pour chaque page de navigation. Cela permettra à votre utilisateur de se retrouver.



# Les différents types de contenus

## POUR IMAGER VOTRE CONTENU, UTILISEZ LE MAXIMUM DE VISUELS

intégrer des visuels à votre contenu web est un réel atout pour l'expérience de navigation de votre site. Les visuels attirent et captent plus le regard des internautes que le contenu textuel. L'internaute est submergé par les informations qui se retrouvent face à lui, vous devez donc proposer d'autres contenus comme les visuels



# Les différents types de contenus

## Gérer la TVA

Déterminez l'emplacement de vos clients

Suivez vos ventes dans chaque pays

Veillez à appliquer correctement la TVA

Demandez votre immatriculation à la TVA

Considérez l'immatriculation volontaire à la TVA

Gérez vos régularisations

Déclarez en toute conformité

Soyez à jour

# Les différents types de contenus

## COMMENT CONSTRUIRE VOTRE BASE DE DONNÉES CLIENTS ?

*Quelle démarche adopter ?*

*Inscription à la newsletter*

*Comment collecter vos informations clients ?*

*Enquêtes de satisfaction clients*

*Création de compte client*

*Jeux concours*

# Actualiser et animer son site

## promotions e-commerce



- Déterminez vos promotions en fonction de votre clientèle cible
- Faites des promotions sur les produits secondaires
- Ciblez vos promotions en fonction de vos segments de clientèle
- Diffusez vos promotions sur les réseaux sociaux et dans vos emails
- Utilisez les promotions pour fidéliser vos clients

# Actualiser et animer son site

## Gérer une infolettre

Vous devez leur fournir un contenu à forte valeur ajoutée

Votre newsletter doit leur donner satisfaction : offres spéciales, promotions, derniers articles du blog, jeux concours...

Donnez avant de demander, c'est la règle numéro 1. Rien de pire qu'une newsletter qui ne propose que des promos.

Le meilleur moyen pour fidéliser les abonnés à votre emailing, c'est de régler leurs problèmes

## Actualiser et animer son site

### sécuriser les données de son site e-commerce



- ❑ Assurez-vous que le mot de passe demandé pour un compte comporte au minimum 8 caractères et un mélange d'au moins une majuscule, une minuscule, un chiffre et une lettre.
- ❑ Les mots de passe doivent impérativement être stockés de manière cryptée en base de données (souvent en md5 avec un code spécifique à votre site avant).
- ❑ Assurez-vous que les mots de passe ne soient jamais envoyés par mail. Vous devez avoir un système de récupération des mots de passe automatique mais qui ne les divulgue jamais en clair.

## Actualiser et animer son site

### sécuriser les données de son site e-commerce

- ❑ Bloquez le nombre d'essai lors de tentative de saisie de mot de passe. Certains sites bloque temporairement le compte (par exemple 10mn) d'autres définitivement avec une réactivation par mail.
- ❑ Ne communiquez JAMAIS vos accès Back-Office, ftp et base de donnée à un prestataire. Si un prestataire doit intervenir sur votre site vous devez lui créer des accès limités à son champ d'action et qui lui sont propre.
- ❑ Enfin contactez votre hébergeur et assurez-vous avec lui que toutes les mesures de sécurités relatives aux hébergements sont bien en place: droit sur les fichiers limités, accès ftp et base de données sécurisées, etc...

**Merci pour votre attention!**

**Des questions ???**

