



Le web et le e-commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Olivier GRIZON



Présentation

Présentez votre binôme

- Nom / Prénom
 - Société
 - Activité
 - Sa présence web aujourd'hui
 - Ses objectifs ?
 - Ses problématiques ?
 - Ses attentes de la formation
- 

Les thèmes abordés : Partie 1

- Le vocabulaire du web
 - Types de sites internet
 - Effectuer une recherche sur Internet
 - Créer un cahier des charges
 - Définir son arborescence
 - Les contraintes légales
 - Préparer ses contenus
- 

Objectifs

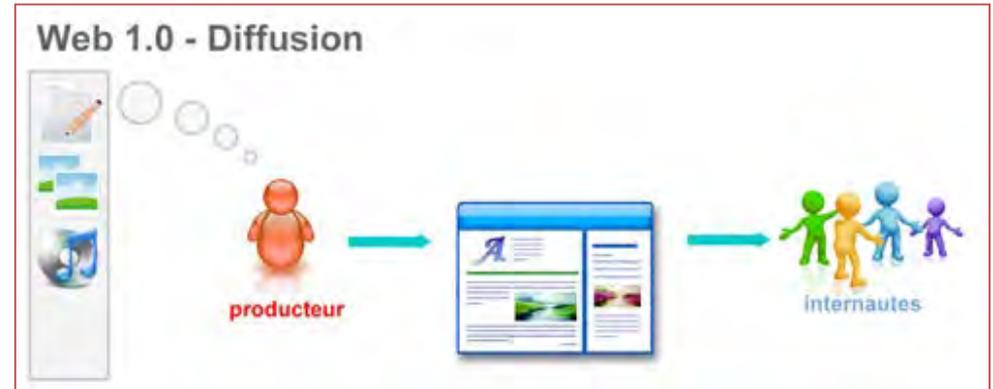
Vous serez en mesure	Vous ne serez pas
<ul style="list-style-type: none">• d'intervenir efficacement sur votre stratégie commerciale numérique• de diriger la création de votre site Internet ou votre boutique en ligne,• de gérer son contenu (rédactionnels, photos, vidéos)	<ul style="list-style-type: none">• Webdesigner, Webmaster, Intégrateur, Programmeur, Référenceur, Webmarketer, mais un chef de projets web généraliste ayant les connaissances nécessaires pour monter son projet,• sensibles au doux chant des sirènes des « fausses bonnes opportunités » qui parsèment le web, mais serez plus méfiant.

Déroulement

- Horaires : 9h-12h30 – 14h-17h30
 - Explications et exemples techniques
 - Echangez entre vous
 - Ateliers personnalisés
- 

Introduction

Les 3 grandes phases de l'Internet



[ConceptArt multimédia, 2010](#)

Introduction

Les 3 grandes phases de l'Internet

2014

Web 3.0 - Sémantique



[ConceptArt multimédia, 2010](#)

Introduction

Différents types de présence sur Internet



Site vitrine



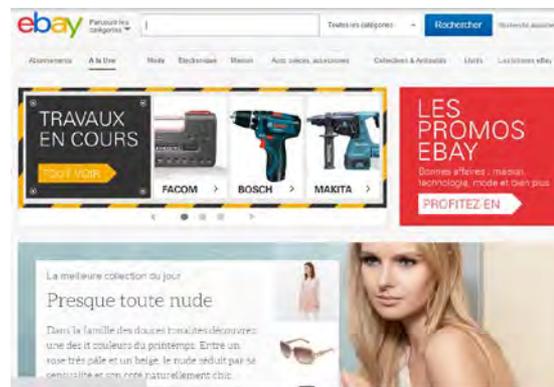
Blog



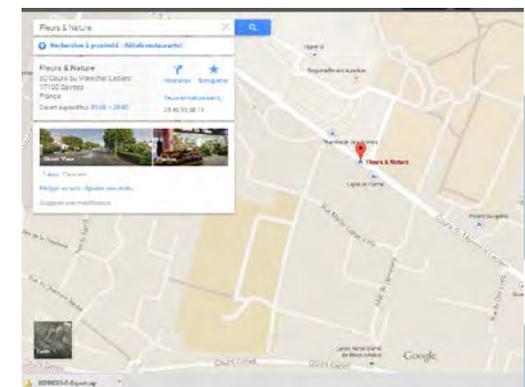
Réseaux sociaux



E-commerce



Place de marché



Map

Etc.

Introduction

Le vocabulaire du web :

Administrateur de site ou webmaster : Personne chargée de la maintenance et du suivi d'un site internet ou d'un serveur.

Adresse IP : Une adresse IP est un numéro d'identification qui est attribué de façon permanente ou provisoire à chaque appareil connecté à un réseau informatique utilisant l'Internet.

Ads ou advertisement : Publicité sur internet (annonce, bannière, etc.)

Backlink : Les liens retour sont les hyperliens pointant vers un site ou une page Web. Leur nombre est une indication de la réputation de ce site ou de cette page.

Curation : La curation est une activité qui se développe depuis ces dernières années sur le web, et qui consiste à identifier des sources de contenus (sites, blogs, médias sociaux), à en trier les contenus les plus pertinents, et à les présenter sous la forme d'une agrégation thématique sur un média web distinct des sources d'origine.

Flash (technologie) : Le Flash est une technologie d'animation visuelle et sonore créée par Macromedia et permettant d'animer des pages web .

Introduction

Hébergeur : Un hébergeur web est une entité ayant pour vocation de mettre à disposition des internautes des sites web conçus et gérés par des tiers. Il donne ainsi accès à tous les internautes au contenu déposé dans leurs comptes par les webmestres souvent via un logiciel FTP ou un gestionnaire de fichiers.

HTML : L'Hypertext Markup Language, généralement abrégé HTML, est le format de données conçu pour représenter les pages web. C'est un langage de balisage permettant d'écrire de l'hypertexte, d'où son nom.

Leads : Lead est un anglicisme utilisé pour désigner un contact commercial, c'est à dire un contact enregistré sur un site Internet (prospect).

Look & Feel : Look → Aspect esthétique du site / Feel → le ressenti de l'internaute lors de la navigation.

Nom de domaine : Le nom de domaine est le nom « courant » d'un site Internet. C'est ce qui permet aux utilisateurs de se souvenir plus facilement de l'adresse d'un site et d'y accéder avec simplicité.

Pagerank : Le Pagerank est un système développé par les fondateurs de Google qui affecte une notation à une page web en fonction des liens externes pointant vers cette page et de la nature des sites sur lesquels ces liens sont présents. Le Pagerank s'exprime sous la forme d'une note de 1 à 10.

Introduction

Redirection : Une redirection sur l'internet est un moyen de transférer le visiteur de manière automatique vers une autre page. Il existe différents type de redirection sous plusieurs technologies. Certaines redirection sont invisible pour le visiteur qui ne se rend pas compte que l'adresse de l'URL a été modifiée.

Responsive design : On appelle Responsive Design ou Responsive Web Design (littéralement conception web adaptive) la faculté d'un site web à s'adapter au terminal de lecture (tablette, téléphone mobile, TV).

Référencement : Sur Internet, le travail de référencement consiste à améliorer le positionnement et la visibilité de sites dans des pages de résultats de moteurs de recherche ou d'annuaires.

Sitemap : Un sitemap est, littéralement en anglais, le « plan d'un site web ». C'est une représentation de l'architecture du site qui liste les ressources proposées, en général sous forme hiérarchique.

URL : L'URL est l'adresse d'une page internet. C'est cette adresse URL que l'on doit entrer dans la barre de navigation des navigateurs (Firefox, Explorer, Safari) Le nom de domaine est l'URL de la page d'accueil du site.

Web-to-store : désigne le comportement d'achat par lequel le consommateur effectue une recherche d'informations sur Internet avant d'aller effectuer son achat en point de vente.

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :

Bien définir le sujet

Définir les Bons Outils

Définir les bonnes Syntaxes

Evaluation : URL, Pertinence, Fiabilité,

Ajout au bookmark

Rechercher les définitions, synonymes, champs sémantiques associés et les informations éditées.

- Définition : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/> - <http://www.cnrtl.fr/>
- Champs sémantiques : <http://dico.isc.cnrs.fr> – <http://www.rimessolides.com/motscles.aspx>
- Acronymes : <http://www.acronymfinder.com>
- Mots clés du web : [Keyword Planner de Google](#) / outil de ciblage contextuel
- google – recherches associées en bas de page

Recherches associées à vae

[vae livret 2](#)

[vae aide soignante](#)

[dossier vae](#)

[vae éducateur spécialisé](#)

[velo assistance electrique](#)

[vae victis](#)

[vae velo](#)

[vae eje](#)

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :

Exemple :

Sujet : Le marché des vélos VAE

Concepts retenus	Termes génériques (termes plus large)	Termes spécifiques (termes plus précis)	Termes associés (termes de sens voisin)
Mots trouvés par simple analyse des termes du sujet	Mots trouvés avec un dictionnaire spécialisé, scientifique ou technique		
<ul style="list-style-type: none">- VAE,- Vélo à assistance électrique- Electric-Assist Bicycle- vélo électrique	<ul style="list-style-type: none">- Vélo / Bicyclette / Vélocipède- Biclo, biclou, bicycle, bécane, clou, cycle, petite reine,- Sport, Cyclisme, vélo club- vlo	<ul style="list-style-type: none">- VTT, vélo tout terrain, VTC, vélo tout chemin, vélo de montagne, vélo de ville- Matra, Giant, VTT BH, valdo, Gitane, Décathlon, Xtrèm, KTM, Hollandais	<ul style="list-style-type: none">- Tandem,- Pliant,- Batterie, moteur, kit,- Occasion, neuf, pas cher, comparatif, déstockage

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :



- Les moteurs de recherche : Recherches sur les moteurs de recherche classiques : [Google](#) (90%) – [Bing](#) (3%) – [Yahoo](#) (1,4%) – [Ask](#)
- Métamoteurs de recherche : <https://www.startpage.com/> , <http://www.metacrawler.com/> <http://www.kartoo.com/> , [Google scholar](#)
- Annuaire généralistes (<http://www.lesannuaires.com>) ou spécialisés (<http://www.press-directory.com>)
- Statistiques : [Insee](#), [Eurostat](#), [Open data](#), <http://creation-entreprise.insee.fr/>
- Données financières de entreprises : societe.com / [fiches APCE](#)

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :

Bien
définir
le sujet

Définir
les
Bons
Outils

Définir les
bonnes
Syntaxes

Evaluation :
URL,
Pertinence,
Fiabilité,

Ajout au
bookmark

- Autres fonctionnalités de recherches :
 - «**mot clé**» (à l'identique)
 - **intitle:«mot clé»** (renvoie pages dont le titre contient mot **ou** clé)
 - **allintitle:«mot clé»** (renvoie pages dont le titre contient mot **et** clé)
 - **inurl:«mot clé»** (renvoie page dont l'URL contient mot ou clé ou **allinurl:«mot clé»**)
 - **intext:«mot clé» / allintext:«mot clé»**

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :



Fonctionnalités de recherches :

- Opérateurs booléens : **AND** (tous les mots) / **OR** (au moins 1 des mots) / **- mot** (mot exclu)
- Les filtres : pays / langue / Date, etc.
- Critères avancés :
 - **filetype:pdf**
 - **cache:monsite.fr/mapage.html**
 - **site:monsite.fr** (retourne les pages indexées du site)
 - Backlinks : «monsite.fr» -site:monsite.fr

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :



- Toujours évaluer la pertinence (balise Title, meta description) avant de rentrer sur le site
- En fonction des réponses apportées, élargir ou restreindre la requête (filtrer, etc.)
- Une fois sur le site, vérifier que l'information est fiable, objective, etc,

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :

Bien
définir
le sujet

Définir
les
Bons
Outils

Définir les
bonnes
Syntaxes

Evaluation :
URL,
Pertinence,
Fiabilité,

Ajout au
bookmark

- Marque-page / favori du navigateur (créer des sous-dossiers)
- Sur un fichier Excel
- Cloud : permet de partager l'information
- Sur un site spécialisé : [Evernote](#)

1.1 Optimiser ses recherches sur Internet :

Effectuer une veille automatisée :

- [Google alertes](#)
 - Flux RSS ([Google Blog Search](#), [Feedster](#))
 - Agrégateurs de flux RSS : Outlook, [Feedly](#)
 - Réseaux sociaux : Twitter, facebook, etc.
- 

1.2 Avant de créer son site :

1.2.1 : Définir ses outils numériques

- Créer un cahier des charges
 - Définir son arborescence
 - Les contraintes légales
 - Préparer ses contenus
- 

1.2 Avant de créer son site :

1. Définir ses objectifs

2. Définir ses contraintes :

- Qui sont mes clients (ou mon audience) ?
- Quel est mon budget ?
- Mes ressources humaines sont-elles suffisantes (en termes de savoir, de temps) ?
- Quel niveau de technicité choisir ?
- Qui sont et que font mes concurrents sur le web ?
- Quel design ?

Fidéliser &
offrir de
nouveaux
services

Automatiser
certaines
tâches

Augmenter
sa notoriété

Diffuser des
Informations
ou ses
valeurs

Phase 1:
**Définir ses
objectifs**

Récupérer
des contacts
(leads)

Vendre sur
Internet

1.2 Avant de créer son site :

4. Définir ses outils et supports au sein du cahier des charges marketing

- Budgétisation
- Retroplanning
- Cahier des charges technique

Evaluation de la performance

Processus de travail à distance

Type & style de site

Phase 3:
Définir ses outils numériques

Stratégie de référencement
Naturel ou payant

Stratégie publicitaire

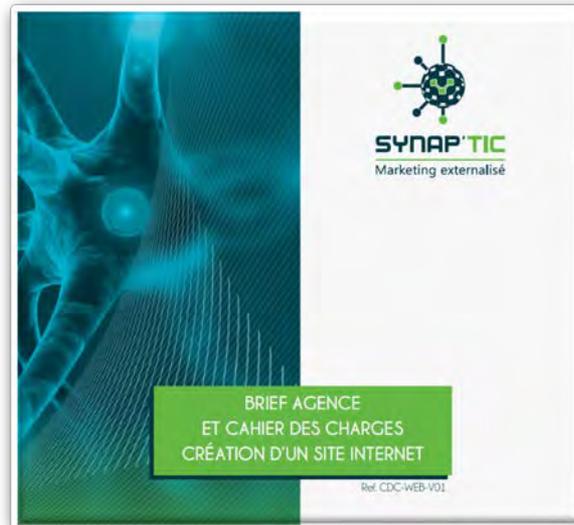
Réseaux sociaux

1.2 Avant de créer son site :

Préparer son contenu : les grandes catégories

Créer un cahier des charges et
une arborescence pour votre site

Atelier de création de votre cahier des charges
(fichier CDC-WEB-modifiable.pdf)



1.2 Avant de créer son site :

Préparer son contenu : Choisir ses mots-clés

- On choisit 20 mots-clés (méthode QQQQCP)
- On les évalue sur [Keyword Planner de Google](#)
- On garde les 15 meilleurs (ceux qui génèrent le + de trafics sur google adwords)
- On garde les 10 qui ont le moins de concurrence
- On les associe entre eux.

1.2 Avant de créer son site :

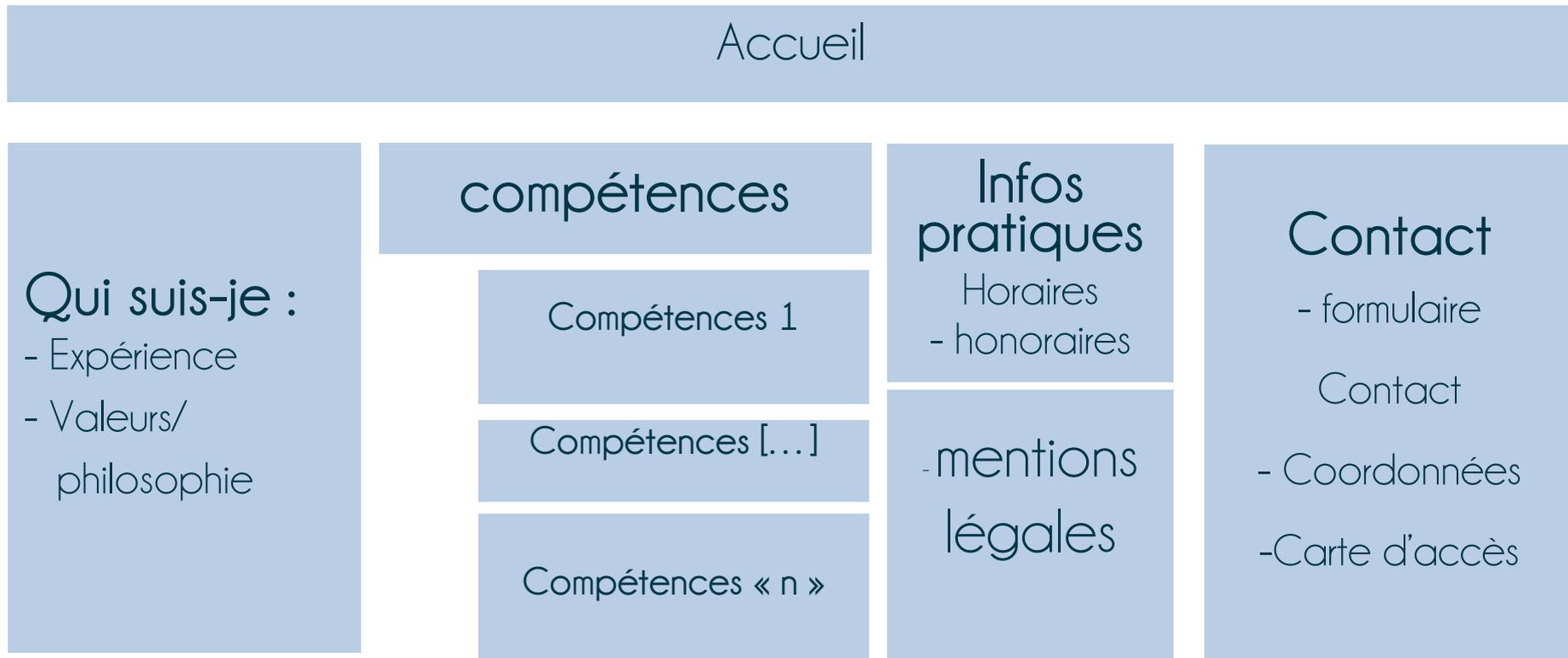
Préparer son contenu : Architecture du site

Nécessité de structurer l'arborescence de son site et le contenu de ses pages

Contrairement aux idées reçues, on ne référence pas un site internet; on cherche à référencer **chacune des pages** du site de façon **indépendante**, c'est-à-dire à les **positionner** en haut des résultats des moteurs de recherche **sur un mot-clé choisi**.

1.2 Avant de créer son site :

Préparer son contenu : Architecture du site



1.2 Avant de créer son site :

Préparer son contenu : les grandes catégories

Site à dimension institutionnelle

Présentation de la société et de l'équipe dirigeante - Historique - Valeurs de l'entreprise - Vision stratégique - Implantations - Partenariats - Témoignages - Généralités sur l'offre - Charte, déontologie - Espace recrutement - Espace presse (dossiers, communiqués, coupures, ...) - Communication financière

Site à orientation produit ou service

Présentation détaillée de l'offre - Domaines d'application - Approche besoins / solutions - Approche fonctionnalités / bénéfices - Catalogue produits, fiches techniques - Références et témoignages clients - Tarifs ou demande de devis - Démonstration en ligne, diaporama - Essai gratuit - Actualités produits - Service commercial - Carte des agences / points de vente

Site à vocation promotionnelle ou événementielle

Événement spécifique - Lancement d'une offre - Actualités - Jeu-concours - Animations vidéo - Promotions tarifaires - Inscription - Forum

1.3 Fonctionnement d'un site CMS

Drupal : complet et extensible, une forte communauté, donc beaucoup de modules. Totalement gratuit et open source. A déjà fait ses preuves auprès de sites à très fort trafics (elysee.fr, rue89, mediapart, etc...)

Wordpress : Initialement adapté pour du blogging, les dernières versions permettent de produire des sites complexes. Le système le plus utilisé aujourd'hui.

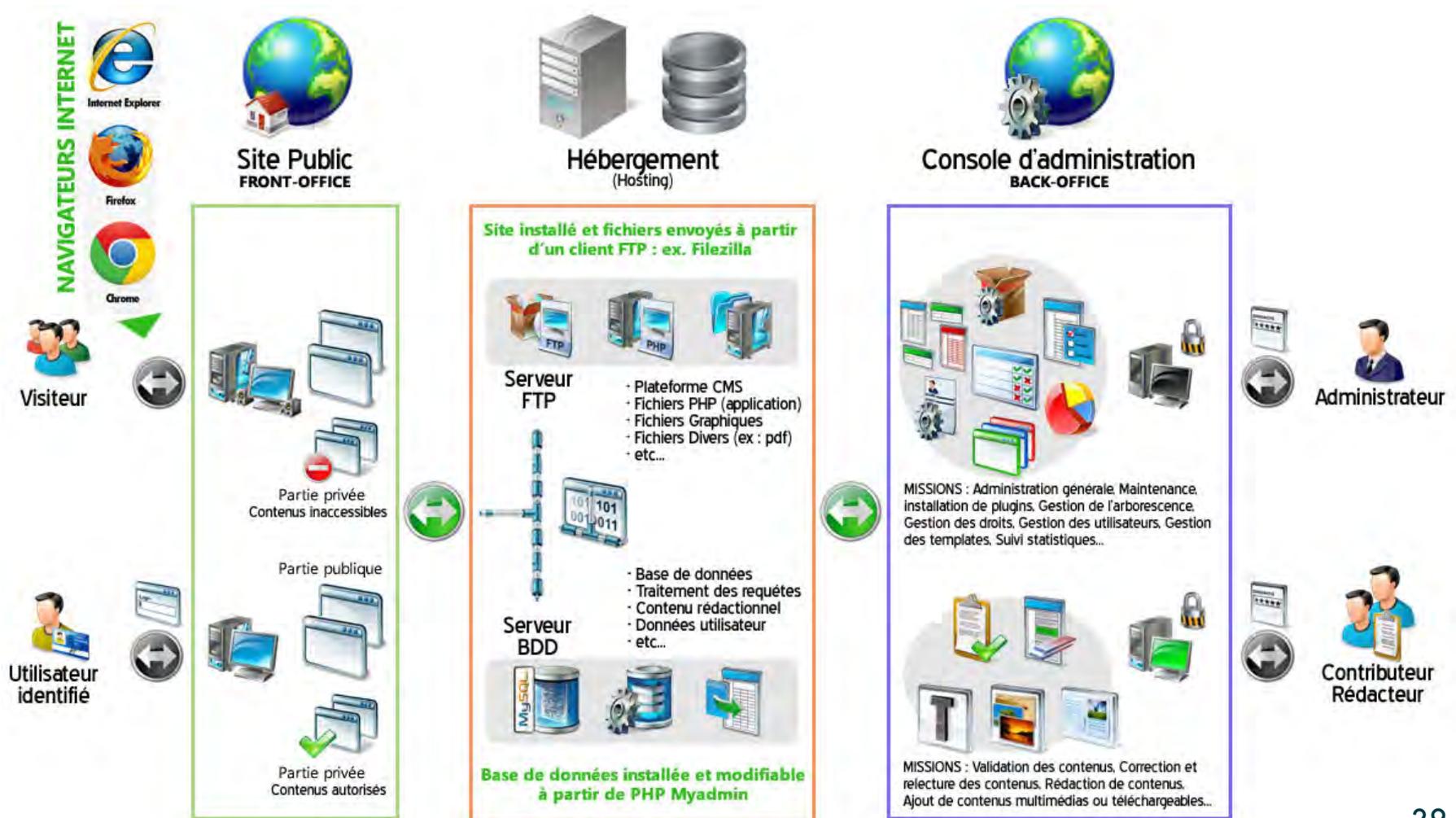
Joomla! : Efficace mais complexe à prendre en main pour un novice.

Spip, Contao, etc... : moins utilisés, mais ont une bonne côte de popularité auprès des débutants.

Sitemaker de Gandi, 1 and 1, Wix, Jimdo

1.3 Fonctionnement d'un site CMS

Comment ça marche ?



1.3 Fonctionnement d'un site CMS

Le serveur FTP pour stocker les fichiers



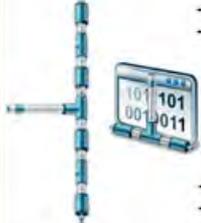
Hébergement
(Hosting)

Site installé et fichiers envoyés à partir d'un client FTP : ex. Filezilla



Serveur FTP

- Plateforme CMS
- Fichiers PHP (application)
- Fichiers Graphiques
- Fichiers Divers (ex : pdf)
- etc...



Serveur BDD

- Base de données
- Traitement des requêtes
- Contenu rédactionnel
- Données utilisateur
- etc...



Base de données installée et modifiable à partir de PHP Myadmin

The screenshot shows the FileZilla interface with the following details:

- Local Site:** C:\Users\A\Documents\SYNAP TIC\Site\site version 2\code
- Remote Site:** /www
- Local Files:** CONTRIBUTING.md (3 617 bytes), CONTRIBUTORS.md (3 430 bytes), error500.html (2 454 bytes), footer.php (1 205 bytes), header.php (1 232 bytes), images.inc.php (4 354 bytes), index.php (1 068 bytes), init.php (1 140 bytes), README.md (4 160 bytes), sitemap.xml (0 bytes).
- Remote Files:** cache, classes, config, controllers, css, docs, download.
- Transfer Log:** Shows successful transfers of files to the remote site.

Local File	Direction	Remote File	Size	Priority	Time
synaptic@ftp.synap-tic.fr					
C:\Users\A\Documents\Ue...	-->>	/www/download/Mosaique-...	45 914 816	Normale	12/05/2014 10:59:55
C:\Users\A\Documents\SV...	-->>	/www/README.md	4 160	Normale	12/05/2014 16:46:08

1.3 Fonctionnement d'un site CMS

La base de données Mysql pour stocker les données



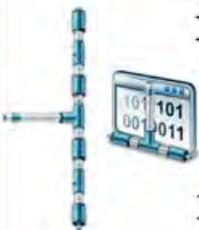
Hébergement
(Hosting)

Site installé et fichiers envoyés à partir
d'un client FTP : ex. Filezilla



Serveur
FTP

- Plateforme CMS
- Fichiers PHP (application)
- Fichiers Graphiques
- Fichiers Divers (ex : pdf)
- etc...



Serveur
BDD

- Base de données
- Traitement des requêtes
- Contenu rédactionnel
- Données utilisateur
- etc...



Base de données installée et modifiable
à partir de PHP Myadmin

The screenshot shows the phpMyAdmin interface. On the left, a list of tables is visible, including 'ps_attribution', 'ps_attribute_group', 'ps_attribute_group_lang', 'ps_attribute_group_shop', 'ps_attribute_impact', 'ps_attribute_lang', 'ps_attribute_shop', 'ps_badge', 'ps_badge_lang', 'ps_blog_category', 'ps_blog_category_lang', 'ps_blog_category_relati', 'ps_blog_category_shop', 'ps_blog_comment', 'ps_blog_image', 'ps_blog_post', 'ps_blog_post_lang', 'ps_blog_post_relati', 'ps_blog_post_shop', 'ps_blog_visit', 'ps_carrier', 'ps_carrier_group', 'ps_carrier_lang', 'ps_carrier_shop', and 'ps_carrier_tax_rules_gr'. The right pane shows a query result for 'ps_blog_post_lang' with the following data:

id_blog_post	id_lang	title
1	1	Interview d'Abraham Lincoln : Un plan marketing, ç...

1.3 Fonctionnement d'un site CMS

Sauvegarder ou Migrer un site vers un nouveau serveur

- Créer une base de données ayant le même nom de serveur / Nom BDD / Mot de passe que la base de données actuelle
- Téléchargez la base de données actuelle et uploadez la sur le nouveau serveur
- Téléchargez tous les fichiers présents sur le FTP actuel et uploadez le nouveau FTP
- Faites les changements de redirection (Adresse IP) de votre nom de domaine pour faire pointer vers le nouveau serveur (FTP et Base de données)

Les thèmes abordés : Partie 2

Jours 2 et 3

- Trouver un hébergeur pour son site
 - Déposer un nom de domaine
 - Compléter et enrichir le site web
 - Les différents types de contenus
 - Sécuriser et manipuler le site
 - Administrer le site à plusieurs
- 

2.1 Installer WORDPRESS

1) Trouver un nom de domaine sur www.ovh.com

Règlementation de l'achat du nom de domaine :

- Règle du « Premier arrivé, premier servi » n'est pas valable juridiquement
- Un nom de domaine ne peut être déposé s'il porte atteinte aux droits d'un tiers (droit des marques, droits de la concurrence et droits d'auteurs)

→ Réaliser une recherche d'antériorité auprès de [l'INPI](http://www.inpi.fr)

→ Mon nom de domaine est-il exploité sous forme de marque par une autre personne

→ Mon nom de domaine est-il exploité avec une autre extension ?

→ Si oui, mon activité vient-elle parasiter celle de l'autre personne ?

2) Acheter son hébergement

2.1 Installer WORDPRESS

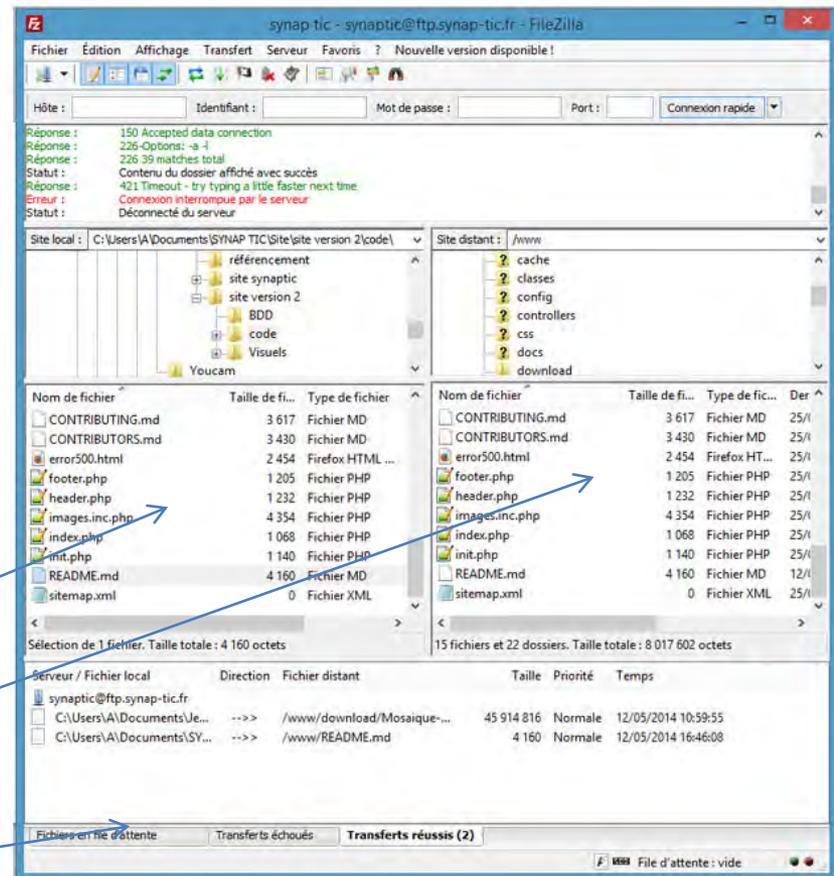
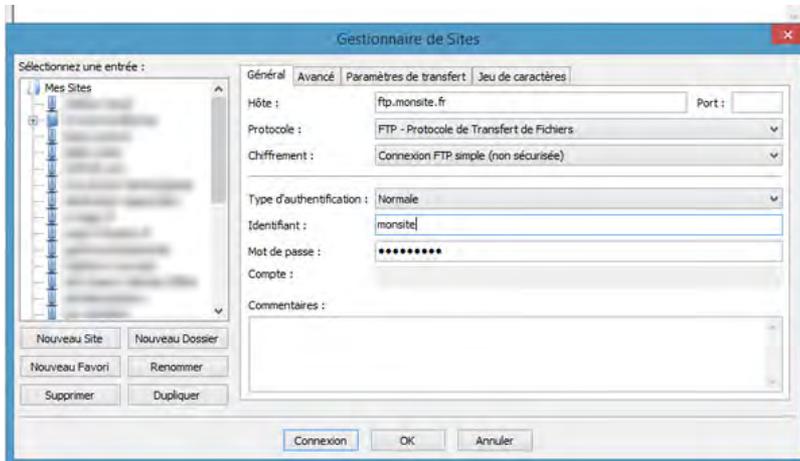
Installer Wordpress sur l'hébergement

- Télécharger wordpress sur votre disque dur à partir de <https://fr.wordpress.org/telechargement/>
- Télécharger le client FTP Filezilla sur <https://filezilla-project.org/>, installez-le puis paramétrez le pour accéder à votre serveur FTP
 - Données nécessaires : Hôte FTP / Identifiant / Mot de passe
- Créez une base de données
 - Données nécessaires : serveur / Nom BDD / Mot de passe
- **Lancez l'installation en tapant votre nom de domaine sur votre navigateur (en utilisant les codes FTP et de base de données) et suivez les informations,**

2.1 Installer WORDPRESS

Installer Wordpress sur l'hébergement

Paramétrage : Fichier > Gestionnaire de sites
Ces données vous sont fournies par votre registrar



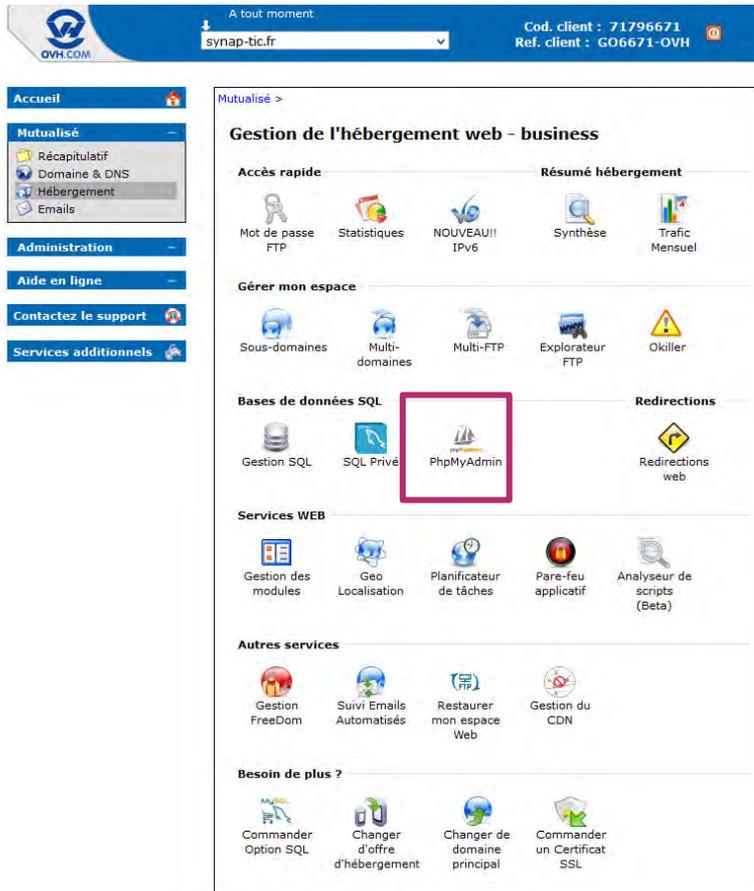
Ordinateur local

Serveur distant

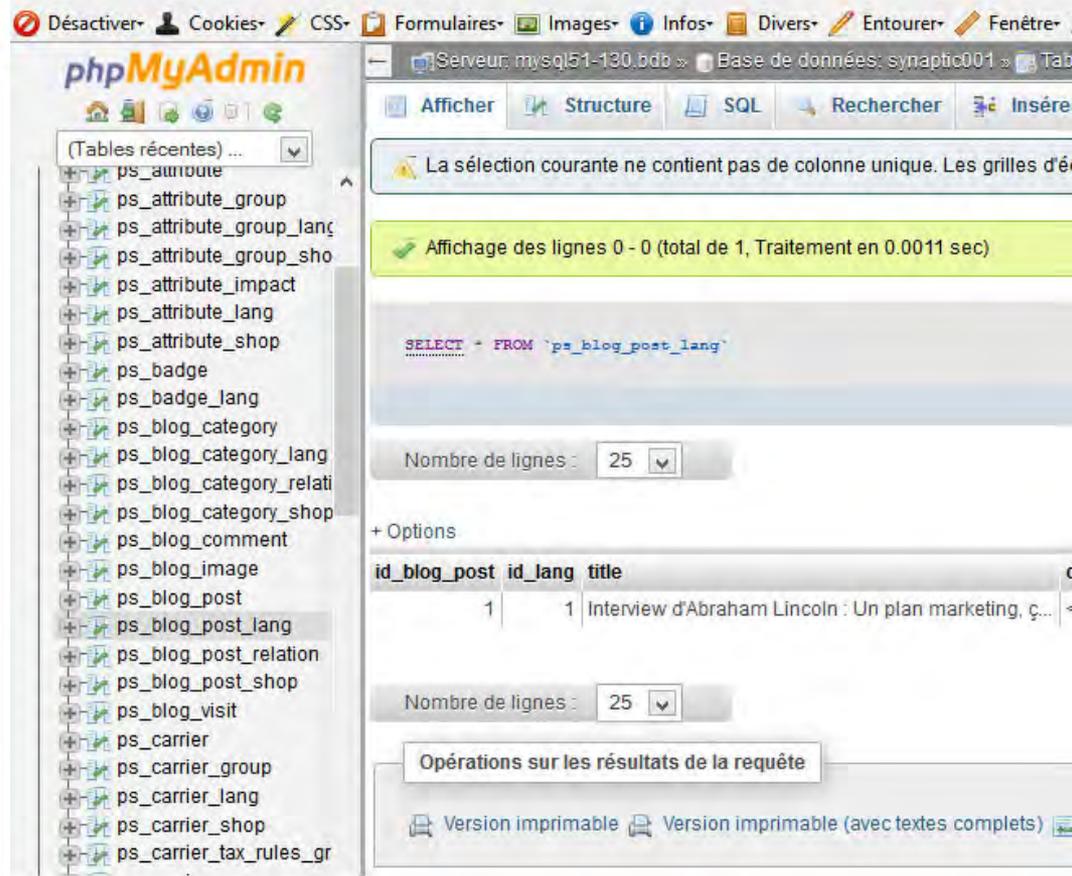
Liste de fichiers en cours de transfert

2.1 Installer WORDPRESS

Installer Wordpress sur l'hébergement



The image shows the OVH web hosting control panel. The top navigation bar includes the OVH logo, a search bar with 'synap-tic.fr', and account information: 'Cod. client : 71796671' and 'Ref. client : GO6671-OVH'. The main content area is titled 'Gestion de l'hébergement web - business' and contains several sections of icons for various services. A red box highlights the 'PhpMyAdmin' icon in the 'Bases de données SQL' section. Other sections include 'Accès rapide', 'Gérer mon espace', 'Services WEB', and 'Autres services'.



The image shows the phpMyAdmin interface. The top navigation bar includes 'Désactiver', 'Cookies', 'CSS', 'Formulaires', 'Images', 'Infos', 'Divers', 'Entourer', and 'Fenêtre'. The main content area displays a list of tables in the 'ps_blog' database. The table 'ps_blog_post_lang' is selected, and the 'Structure' tab is active. The table structure shows columns: 'id_blog_post', 'id_lang', and 'title'. The 'Affichage des lignes 0 - 0 (total de 1, Traitement en 0.0011 sec)' message is visible. The 'Options' section shows the table structure: 'id_blog_post id_lang title'. The 'Opérations sur les résultats de la requête' section is also visible.

2.1 Installer WORDPRESS

- **Le front-office** est la partie publique ou privée accessible par les internautes (pour y accéder, mettre le nom de domaine dans la barre d'adresse)
- **Le Back-office** est la partie administration, (pour y accéder, mettre le nom de domaine dans la barre d'adresse suivi de /wp-admin puis rentrer son identifiant et mot de passe d'administrateur)
- **Spécificité du Framework Divi** : Une fois identifié dans le back-office, l'administrateur peut également administrer certaines parties du site directement dans le front-office.

2.2 Administration du site

Panneau d'administration du Back-office

The screenshot displays the WordPress administration interface. At the top, a notification states: "There is an update for DMS, version 1.1.8 is now available. You should update now." Below this, a welcome message reads "Bienvenue dans WordPress !" and provides a "Personnalisez votre site" button. To the right, "Étapes suivantes" lists tasks like "Modifiez votre page d'accueil" and "Ajoutez de nouvelles pages". Further right, "Plus d'actions" includes "Gérez vos widgets ou vos menus" and "Activez ou désactivez les commentaires". The left sidebar contains a navigation menu with items like "Articles", "Médias", "Pages", and "Commentaires". The main content area features several widgets: "D'un coup d'œil" showing 2 articles and 16 pages; "Activité" with a recent post from 25 Nov; "Brouillon rapide" with a form to create a draft; and "Nouvelles de WordPress" with a link to "L'Hebdo WordPress n°228".

2.2 Administration du site

Réglages principaux :

- Réglage général
- Réglage lecture
- Réglage Discussion
- Réglage Permalien

The image shows a screenshot of the WordPress dashboard. On the left is a dark sidebar menu with various icons and labels. The 'Réglages' (Settings) option is highlighted with a red rectangular box. The main content area is titled 'Tableau de bord' (Dashboard) and contains several widgets. At the top, there is a notification about a DMS update. Below that is a 'Bienvenue dans WordPress !' (Welcome to WordPress!) section with a 'Personnalisez votre site' (Customize your site) button. To the right of this button are sections for 'Étapes suivantes' (Next steps) and 'Plus d'actions' (More actions). Below the welcome section are three widgets: 'D'un coup d'œil' (At a glance) showing 2 articles and 16 pages, 'Brouillon rapide' (Quick draft) with a form to create a new draft, and 'Activité' (Activity) showing recent posts. At the bottom, there is a 'Nouvelles de WordPress' (WordPress news) section. The 'Réglages' menu item in the sidebar is the primary focus of the slide.

2.2 Administration du site

Choisir un thème

The screenshot shows the WordPress dashboard for the site 'Liberté Piscines : Spécialiste de la Pis...'. The user is logged in as 'santos@libertepiscines.fr'. The main area is titled 'Ajouter des thèmes' and features a search bar and filters. A sidebar on the left contains navigation options, with 'Apparence' and 'Thèmes' highlighted in a red box. The main content area displays a grid of theme preview cards, each showing a sample website layout. The themes visible are: Twenty Seventeen, Education Mind, Esteem, Lorix One Lite, Riba Lite, Zifer Child, Twenty Fourteen, and Islemag.

Liberté Piscines : Spécialiste de la Pis... 4 0 + Créer 1 Bonjour, santos@libertepiscines.fr Aide

Ajouter des thèmes Téléverser un thème

15 Mis en avant Populaires Derniers en date Favoris Filtre de fonctionnalités Recherche parmi les thèmes...

Apparence Thèmes

Personaliser Widgets Menus Arrière-plan Éditeur Extensions 3 Utilisateurs Outils Réglages SEO 1 Divi Google Analytics Réduire le menu

Twenty Seventeen Education Mind Esteem Lorix One Lite Riba Lite Zifer Child Twenty Fourteen Islemag

2.2 Administration du site

Télécharger les extensions selon vos besoins :

- Divi Builder (Framework de drag and drop) / elegant-themes-updater.zip
- Anticipate (Page en construction)
- SEO By Yoast (référencement naturel)
- TinyMCE Advanced (Faire des tableaux facilement)
- Google Analytics Dashboard for WP (Google analytics)
- WooCommerce (E-commerce)
- Member Access (Accès privés)
- WPML (site multilingue)

PageLines

- Articles
- Médias
- Pages
- Commentaires
- Contact
- Apparence
- Extensions**
- Extensions installées
- Ajouter
- Éditeur
- Utilisateurs
- Outils
- Réglages

Extensions [Ajouter](#)

[Learn More](#) It's time to upgrade your **Google Sitemap plugin** to **PRO** version!
Extend standard plugin functionality with new great options.

Toutes (9) | Actives (8) | Désactivée (1) | Prêtes à mettre à jour (5)

Actions groupées Appliquer 9 éléments

<input type="checkbox"/>	Extension	Description
<input type="checkbox"/>	Akismet Activer Modifier Supprimer	Utilisé par des millions de sites, Akismet est très probablement la meilleure manière de protéger votre site des commentaires et trackbacks indésirables (spam) . Il vous protège même pendant votre sommeil. Pour mettre sa protection en place : 1) Cliquez sur le lien « Activer », à gauche de la description, 2) Abtenez une clé d'API Akismet, et 3) Allez sur votre page de configuration d'Akismet et enregistrez-y votre clé d'API. Version 2.5.9 Par Automattic Aller sur le site de l'extension
Une nouvelle version de Akismet est disponible. Afficher les détails de la version 3.0.0 ou mettez à jour automatiquement .		
<input type="checkbox"/>	Contact Form 7 Réglages Désactiver Modifier	Juste une autre extension de formulaire de contact. Simple mais souple d'utilisation. Version 3.6 Par Takayuki Miyoshi Aller sur le site de l'extension

2.3 Création de Contenu

Les pages (Créer / Modifier / Supprimer)

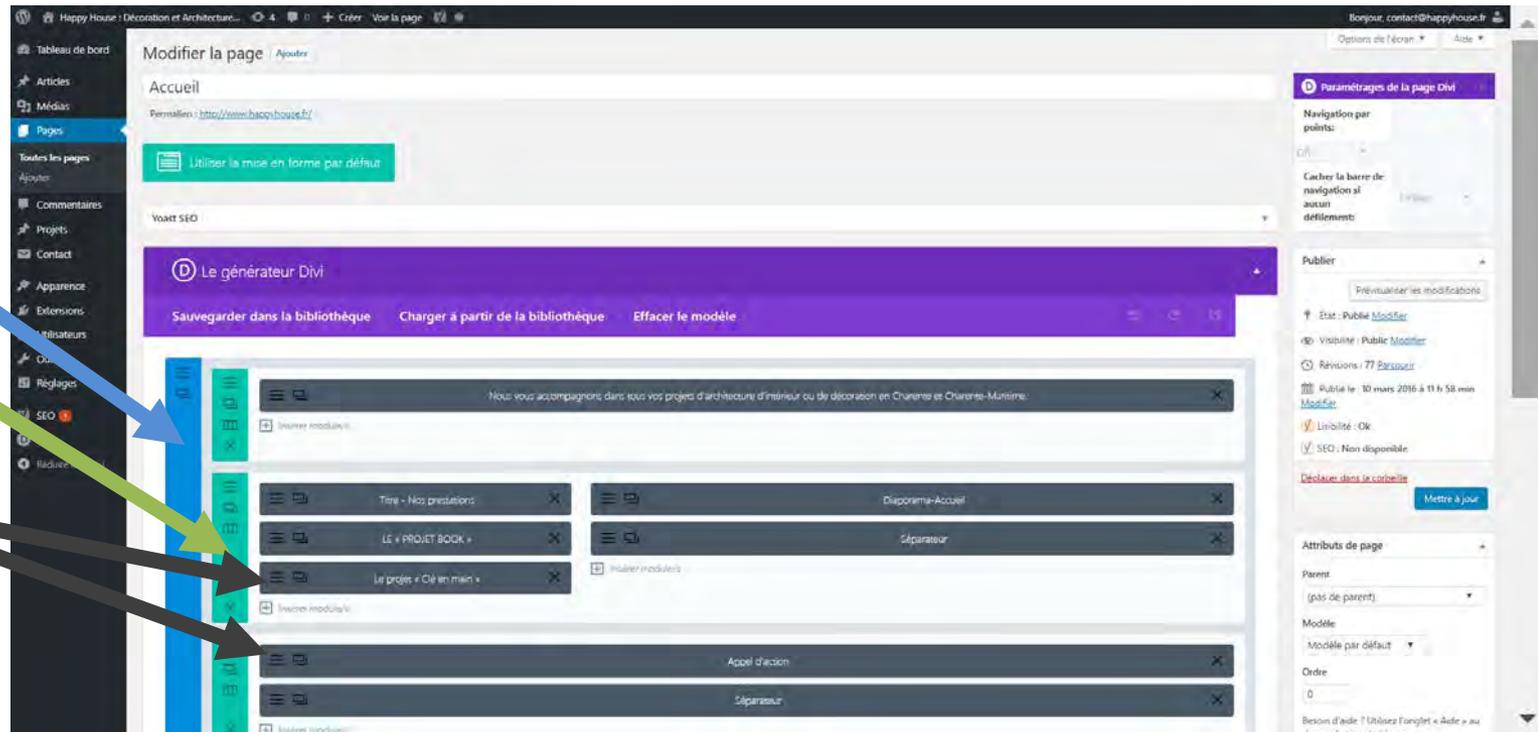
- Créer du rédactionnel
- Ajouter des photos

Section

Lignes

Module :

- Texte
- Photo
- Diaporama
- Bouton Action
- etc.



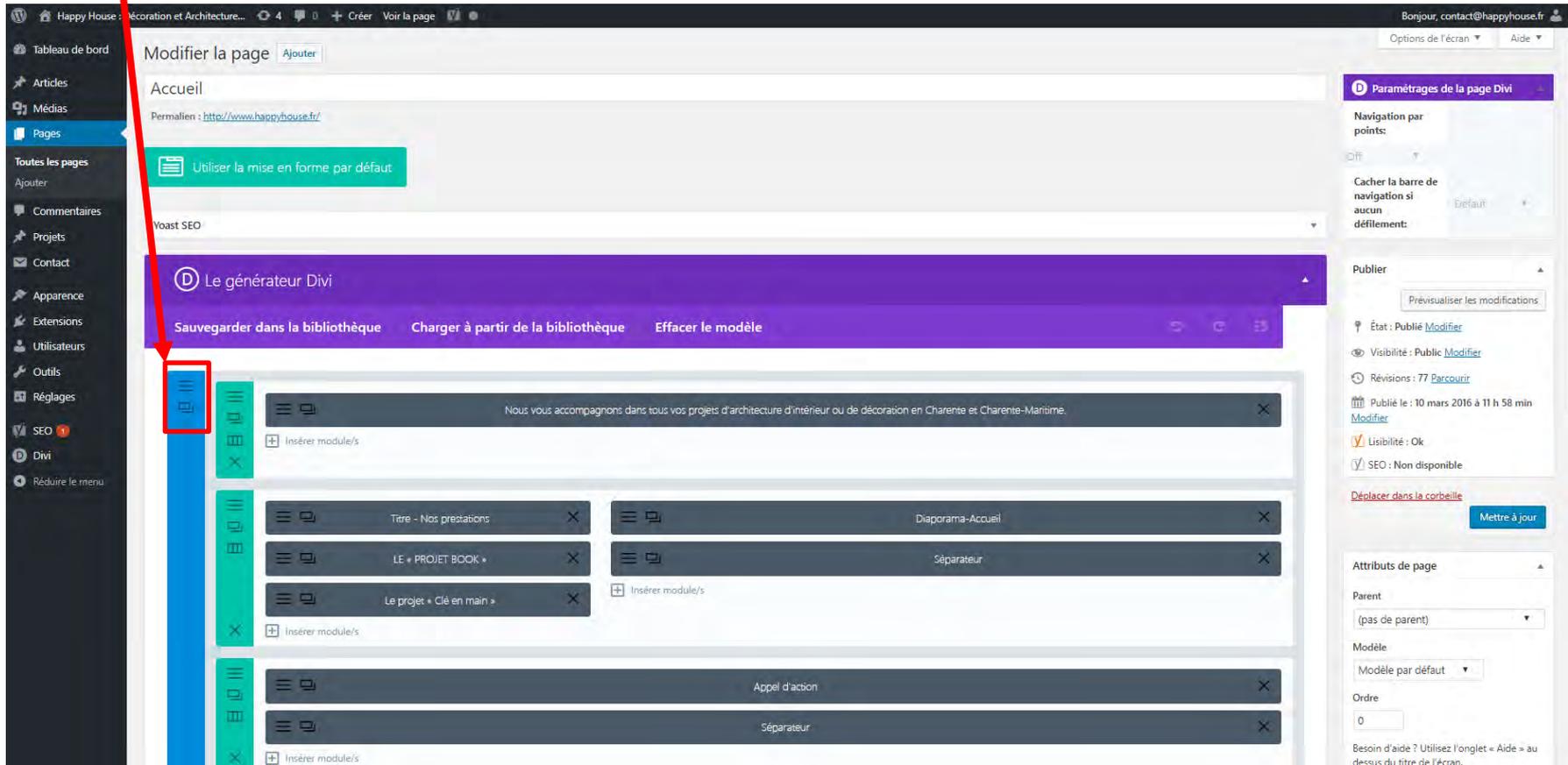
2.3 Création de Contenu

Les Sections

Créer  Section standard / Modifier  / Dupliquer  / Supprimer 

Modifier l'arrière-plan

Personnaliser les marges

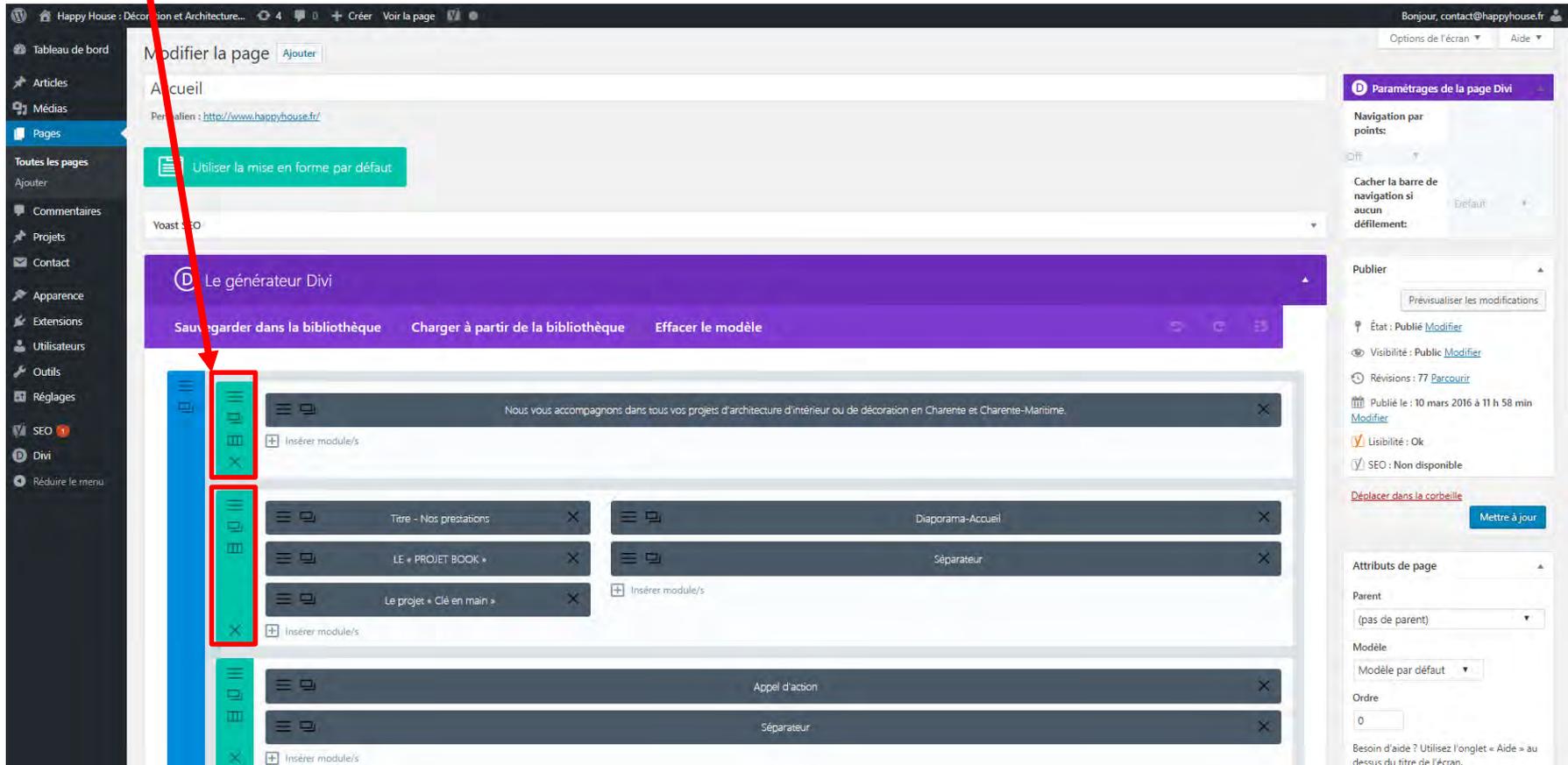


The screenshot displays the Divi page editor interface. The main workspace shows a page titled 'Accueil' with a permalink of 'http://www.happyhouse.fr/'. A red arrow points to the 'Le générateur Divi' section, which contains several modules: 'Titre - Nos prestations', 'Diaporama-Accueil', 'LE + PROJET BOOK +', 'Séparateur', 'Le projet + Clé en main +', 'Appel d'action', and another 'Séparateur'. The sidebar on the right shows the 'Paramétrages de la page Divi' settings, including 'Navigation par points', 'Cacher la barre de navigation si aucun défilement', 'Publier', and 'Attributs de page'.

2.3 Création de Contenu

Les Lignes

- Créer  / Modifier  / Dupliquer  / Supprimer 
- Diviser la ligne en 1 ou 2 ou 3 ou 4 colonnes 
- Modifier l'arrière-plan, les marges, etc. 

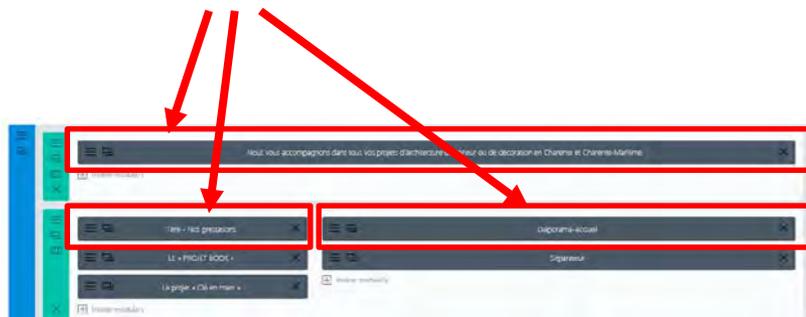


The screenshot displays the Divi page editor interface. A red arrow points to the 'Lignes' (Lines) toolbar on the left side of the editor. The toolbar contains icons for creating, modifying, duplicating, and deleting lines, as well as icons for dividing lines into columns and modifying the background and margins. The main editor area shows a grid layout with several modules, including a header, a main content area with a text module, and a footer area with a call to action and separator modules. The right sidebar contains settings for the page, including navigation, visibility, and publishing options.

2.3 Création de Contenu

Les modules

- Déplacer
- Créer 
- Modifier 
- Dupliquer 
- Supprimer 
- Ajouter à la bibliothèque

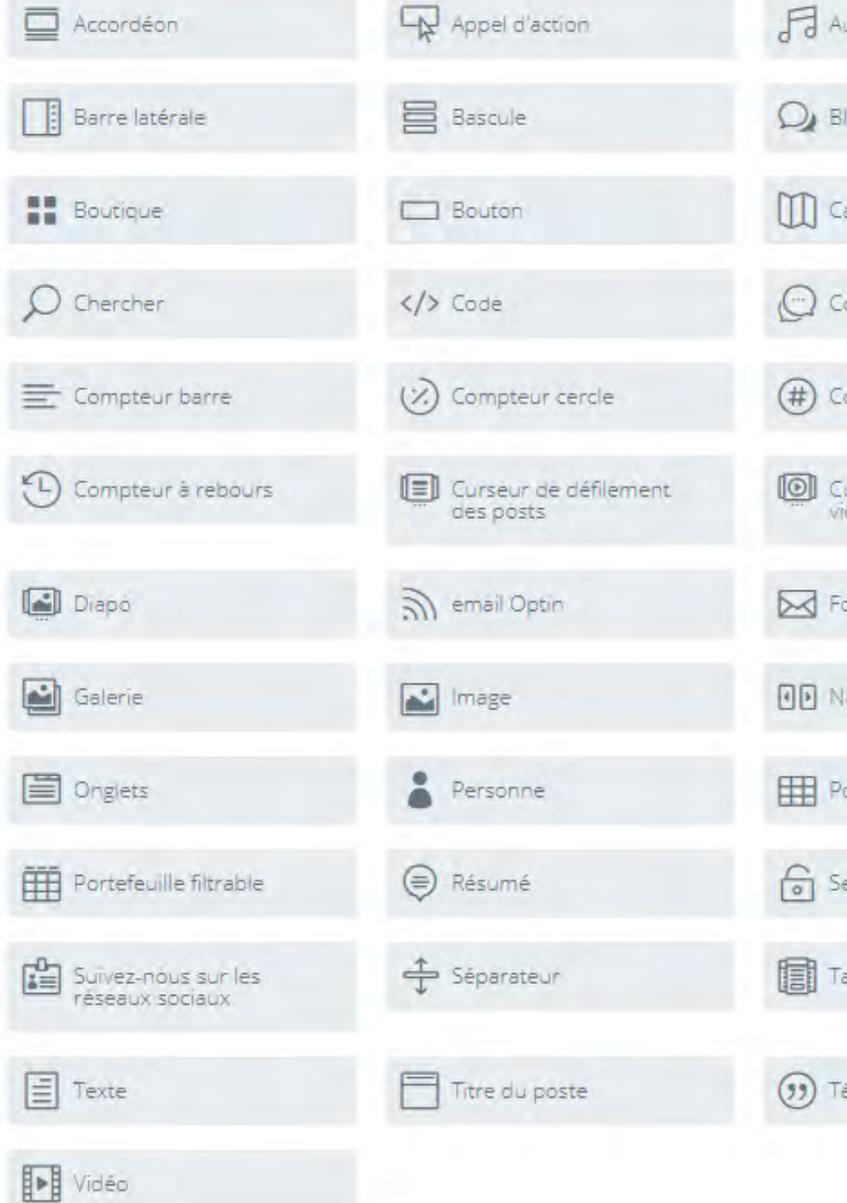


- Ajouter une image : reformater
- Créer un slider
- Créer un formulaire de contact
- Créer une map de géolocalisation

Insérer un module

Nouveau module

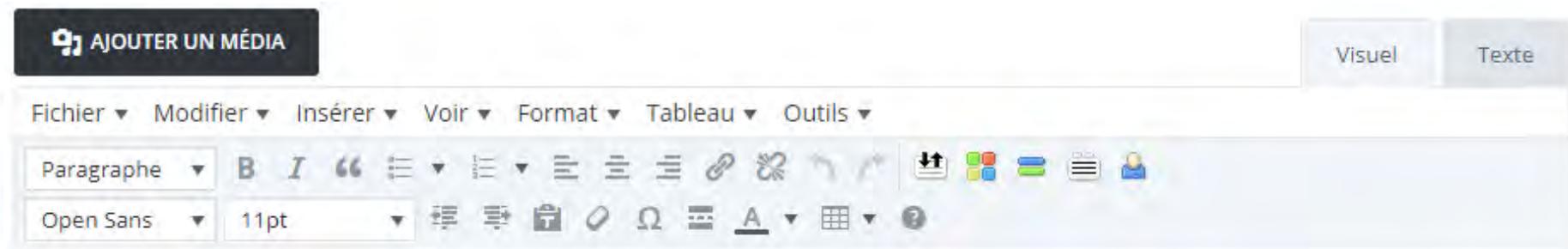
Ajouter de la bibliothèque



2.3 Création de Contenu

Créer des rédactionnels

- . Ajouter des titres (H1, H2, H3)
- . Mettre en forme des rédactionnels (centrage, justification, gras...)
- . Ajouter une image : reformater, retravailler (avec wordpress ou pixlr)
positionner
- . Ajouter un lien hypertexte (vers un autre site, vers une autre page du site, pour télécharger un fichier, pour envoyer un Email)
- . Créer un slider
- . Créer un formulaire de contact
- . Créer une map de géolocalisation



2.3 Création de Contenu

Le SEO (Référencement naturel)

- Pour chaque page, remplissez les balises SEO Title, URL, Meta description

Exemple de mots-clés : piscine coques Rochefort

Piscines Coques Polyester à Rochefort - Liberté Piscines

www.libertepiscines.fr/2018/02/15/piscines-coques-polyester-a-rochefort/

15 févr. 2018 - Vente et pose de piscines enterrées monobloc à coque polyester de la marque Freedom en Charente-Maritime (17), à Rochefort.

Piscinier Rochefort - EXCEL PISCINES

<https://www.excel-piscines.com/distributeur/pisciniste-rochefort-17>

Excel Piscines, spécialiste dans la construction de piscine coque polyester - Pisciniste Charente-Maritime (17) - Installateur de piscines coques sur Rochefort et ...

Liberté Piscines : Spécialiste de la Pis... 4 0 Créer Voir l'article

Tableau de bord

Articles

Tous les articles

Ajouter

Catégories

Étiquettes

Médias

Pages

Commentaires

Projets

Contact

Apparence

Extensions 3

Utilisateurs

Outils

Réglages

SEO 1

Divi

Yoast SEO

Resoin d'aide ?

Lisibilité

Saisissez votre mot-c...

+ Ajouter un mot-clé

Aperçu de l'extrait

Piscines Coques Polyester à Rochefort

www.libertepiscines.fr/2018/02/15/piscines-coques-polyester-a-rochefort/

Vente et pose de piscines enterrées monobloc à coque polyester de la marque Freedom en Charente-Maritime (17), à Rochefort.

Modifier l'extrait

Titre SEO

Piscines Coques Polyester à Rochefort

Identifiant

piscines-coques-polyester-a-rochefort

Méta description

Vente et pose de piscines enterrées monobloc à coque polyester de la marque Freedom en Charente-Maritime (17), à Rochefort.

Formateur d'extrait

2.3 Création de Contenu

Les menus (Créer / Modifier / Supprimer)

The screenshot shows the WordPress 'Menus' management interface. At the top, there are navigation tabs for 'Modifier les menus' (selected) and 'Gérer les emplacements'. Below this, a dropdown menu is set to 'Menu 1', with a 'Sélectionner' button and a link to 'créer un nouveau menu.'. The main area is divided into two columns. The left column, titled 'Pages', contains a list of site pages with checkboxes and an 'Ajouter au menu' button. The right column, titled 'Structure du menu', shows the current menu structure with items like 'Accueil', 'Qui sommes-Nous?', and 'Pages' being dragged into a vertical list. Each item has a 'Page' dropdown and a 'sous-élément' label. An 'Enregistrer le menu' button is located at the top right of the main area.

Les thèmes abordés : Partie 3

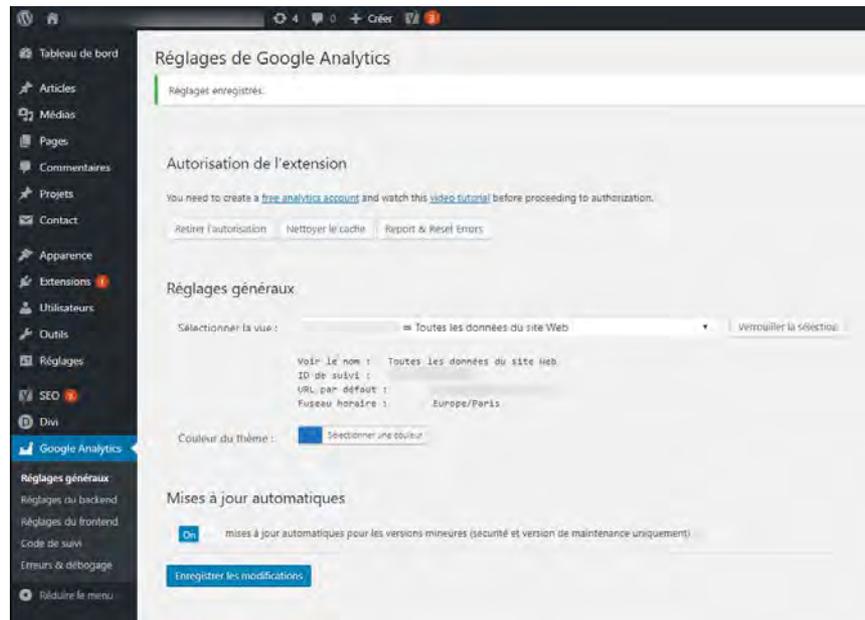
Les thèmes abordés : Jour 4

- Analyser le trafic
 - Assurer son référencement
 - Aspects juridiques
 - Fidéliser les clients
 - L'alternative des places de marché
- 

3.1. Analyser le trafic

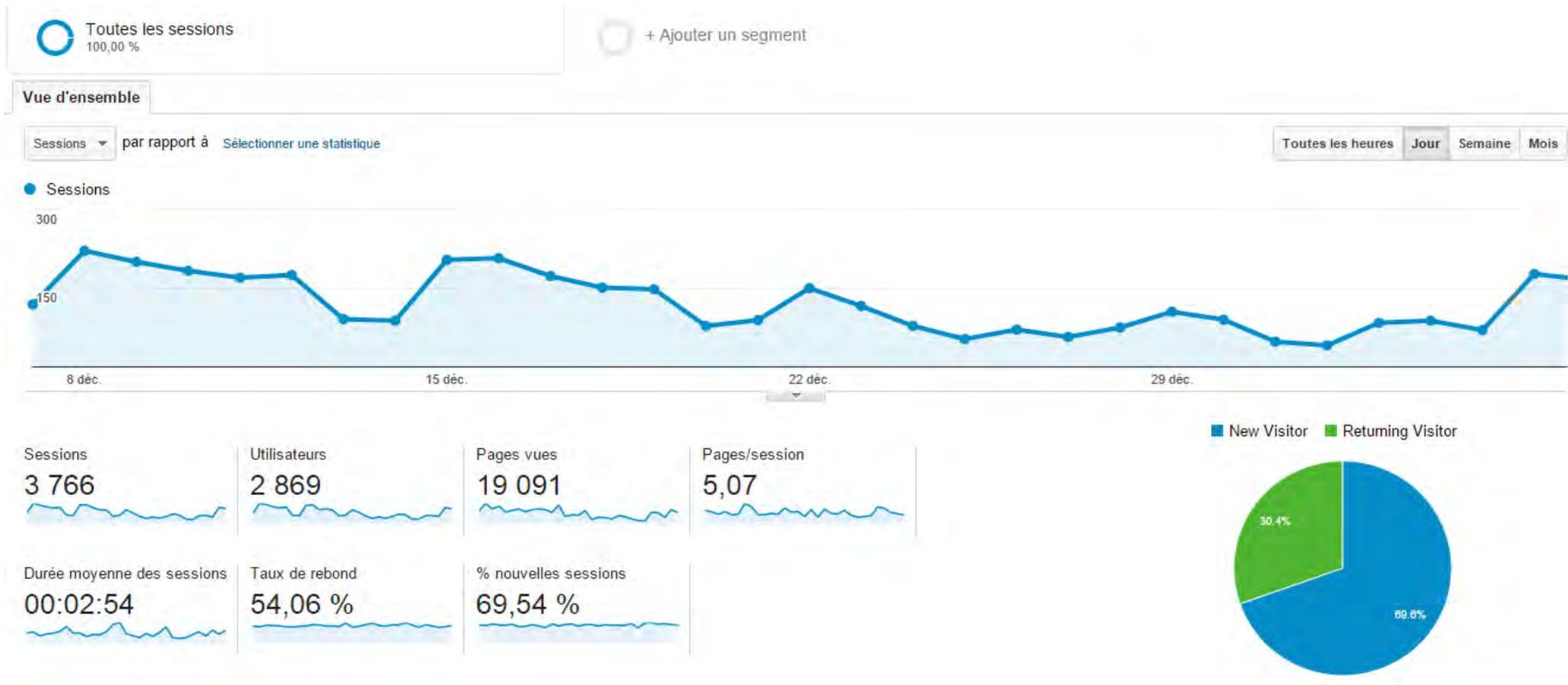
Installer l'outil Google analytics

- Créer un compte sur <https://analytics.google.com> (avec votre compte google)
- Générer un traqueur de type **UA-000000000-0** : Bouton « Administration » > « Créer un compte » puis « Paramètres de la propriété »
- Faites le lien entre le site et votre compte Google Analytics
→ Google Analytics > Réglages généraux



3.1. Analyser le trafic

Grâce à l'outil Google analytics



3.2. Déclarer son site à Google

Grâce à l'outil Search Console accessible à partir de votre compte google ou compte adwords

- Déclarer la propriété du site
- Déclarer le sitemap (ex : `www.monsite.fr/sitemap_index.xml`)
- Etablir la connexion entre le site et le compte Search Console



3.3 Les obligations légales :

- Les mentions légales : Selon la loi pour la confiance dans l'économie numérique de 2004, certaines mentions légales doivent figurer sur votre site Internet.
- Pour les sites marchands, les conditions générales de vente
Les CGV doivent comporter notamment :
 - le prix exprimé en euros et TTC,
 - la date de livraison et frais éventuels,
 - les modalités de paiement,
 - le service après-vente, la durée de l'offre,
 - le délai de rétractation de 14 jours

A noter : la loi du 17 mars 2014 a renforcé les obligations d'informations du consommateur.

- La déclaration à la CNIL n'est plus automatique : tout dépend de la finalité du site.

3.3 Les obligations légales :

- **Avant de déposer ou lire un cookie, les éditeurs de sites ou d'applications doivent :**
 - informer les internautes de la finalité des cookies ;
 - obtenir leur consentement ;
 - fournir aux internautes un moyen de les refuser.
 - La durée de validité de ce consentement est de 13 mois maximum.

Le manquement à l'une de ces obligations peut être sanctionné jusqu'à un an d'emprisonnement, 75 000 € d'amende pour les personnes physiques et 375 000 € pour les personnes morales.

3.3 Les obligations légales :

Les obligations légales :

- **Le RGPD (règlement général sur la protection des données)**
 - Le RGPD est un règlement européen qui vient remplacer une directive sur la protection des données personnelles datant de 1995.
 - Ce texte constitue la nouvelle référence à l'échelle européenne en matière de protection des données à caractère personnel.
- ➔ [Fiche « Politique de confidentialité des données »](#)

3.3 Les obligations légales :

Vis à vis de vos e-clients

Depuis le 1er juin 2012, date de mise en application de la **loi Chatel** :

- vous avez l'obligation d'annoncer une **date limite de livraison** à vos clients
- le client doit disposer d'un **numéro de téléphone non surtaxé pour vous joindre**
- vous devez informer le client de l'existence de **son droit de rétractation sous sept jours à compter de la date de livraison** et des modalités de remboursement intégral
- votre boutique en ligne doit obligatoirement comporter une adresse mail ou un formulaire de contact

3.4 Fidéliser les clients :

Sur internet, la concurrence est rude. Les internautes acheteurs ont la possibilité de comparer très facilement les prix et se dirigent évidemment vers l'offre la plus intéressante.

Pour rester concurrentiel, plusieurs solutions :

- **se spécialiser dans un domaine ou proposer un nouveau produit**
- afficher des **prix de vente très compétitifs** en réduisant les marges ou les frais de fonctionnement

Il vous faudra aussi gagner la confiance des clients :

- **assurer une logistique sans faille** dans le traitement des commandes, la gestion des stocks, le suivi des colis, le service après vente.
- s'engager en terme de **garantie, livraison, délais, remboursement**
garantir la sécurité des paiements

3.4 Fidéliser les clients :

Les 5 composantes d'une bonne boutique en ligne

1. Autour du catalogue : l'efficacité

- Catalogue produits sur une vraie base de données
 - Moteur et filtres de recherche internes au catalogue produits
 - Présentation sous formes de liste, de fiches détail
 - Produits associés / produits alternatifs
 - Gestion des variables tarifaires (tailles, coloris, conditionnements, etc.)
 - Gestion de TVA multiples
 - Gestion de la taxe éco-participation
 - Validation des Conditions Générales de Vente
- 

3.4 Fidéliser les clients :

2. Autour des transactions : la sécurité

- Gestion des bons de commande, factures
- Mémorisation du panier
- Paiement sécurisé via TPE virtuel des banques et/ou type PayPal
- Gestion des autres modes de paiement : LCR, chèque, virement, contre-remboursement, paiement à réception, crédit, carte cadeau
- Système anti-fraude de type FIA-NET

3.4 Fidéliser les clients :

3. Autour des promotions commerciales : l'attractivité

- Référencement dans les comparateurs de prix et guides d'achat
 - Gestion des affiliations de sites et commissionnements des partenaires
 - Gestion des remises promotionnelles et conditions privilégiées
 - Gestion des avoirs et bons d'achat, fidélisation
 - Gestion de parrainage
- 

3.4 Fidéliser les clients :

4. Autour de la logistique : la fiabilité

- Configuration des frais de livraison selon poids / montant / destination
- Gestion des transporteurs, suivi de colis en ligne
- Gestion des stocks, alertes en cas de rupture
- Intégration avec la comptabilité

3.4 Fidéliser les clients :

5. Autour de la gestion clients : la traçabilité

- Espace privé protégé par login / mot de passe
 - Suivi permanent du panier, ajout / suppression d'articles
 - Suivi des commandes en cours
 - Suivi des paiements et des factures
 - Suivi et alertes en temps réel sur l'état de la livraison
 - Consultation de l'historique compte client (achats, montant, points de fidélité, etc.)
 - Modification des données signalétiques (mot de passe, adresse de facturation / livraison, etc.)
- 

3.4 Fidéliser les clients :

6) Un merchandising incitatif

- Soignez la qualité esthétique et technique des photos
- Mettez en page votre catalogue et les fiches détaillées de façon claire et efficace : prix, caractéristiques, variables, ...
- Proposez une classification claire et naturelle de vos articles : nature, taille, prix, thématiques, ...
- Mettez en exergue les produits que vous souhaitez promouvoir et/ou les plus demandés : affichage en page d'accueil, en tête de catalogue, en produits associés, ...
- Mettez en avant vos promotions par un traité graphique : code couleur, pictogrammes, zone dédiée, ...
- Faites des ventes flash pour stimuler le trafic, du couponing ou parrainage
- Incitez à monter en gamme (en anglais : [upselling](#)) : option, conditionnement plus luxueux, édition spéciale, ...
- Systématisez le [cross-selling](#), c'est-à-dire les produits associés : « les clients de cet article achètent aussi ... »

3.4 Fidéliser les clients :

7) Une relation personnalisée

- Glissez dans la commande de vos clients un petit cadeau de bienvenue ou de remerciement pour leur fidélité, accompagné d'un mot personnalisé
- Traitez vos clients fidèles avec une attention particulière : accueil personnalisé sur le site, newsletter régulière, promotions spéciales, offres réservées, ventes privées, événements exceptionnels, etc. Le but n'est pas tant de concéder des remises tarifaires – s'ils sont authentiquement attachés à votre marque ! – que de leur manifester une reconnaissance spécifique
- Ne laissez jamais un client devenir inactif : relancez-le, y compris par des promotions alléchantes et des bons d'achat
- Souhaitez la fête, l'anniversaire ou toute occasion de célébration de vos clients

3.4 Fidéliser les clients :

L'E-mailing : Comment augmenter la délivrabilité et ne pas devenir spammeur.

Les FAI agissent ainsi pour que les utilisateurs finaux aient la meilleure expérience possible avec leurs services.

- Utilisez un logiciel d'Emailing (Sending blue, mailchimp, etc.)
- N'achetez pas de listes de contacts et privilégiez les Optins (via notamment la co-registation)
- N'envoyez pas à vos contacts des informations ou des offres pour lesquelles ils n'ont pas souscrits
- N'envoyez plus d'emails à vos contacts inactifs depuis 6 mois
- Evitez les mots entièrement en majuscule : « 100% REMBOURSE » et ne commencez pas votre objet par un nombre : "20% de réduction". N'utilisez pas trop de ponctuation : "Cadeaux !!!!!".

3.4 Fidéliser les clients :

5 catégories de mots sont très mal perçus par les filtres anti spam et sont à bannir :

Santé/Pharmacie	Rencontre	Luxe	Richesse	Banque/Finance
Viagra	Célibataire	Rolex	Doublez vos revenus	Facture
Ride	Homme/femme sexy	Chanel	Devenez riche	Cash
Maigrir	Rencontre	Ray-ban	Travail à domicile	Virement
Perte de poids	Sexe		Augmentez	Mastercard/Visa
Viellissement			Profit	Chèque
			Gains	Sans investissement
			Loterie	Economisez

A éviter également :

Urgence	Confiance	Autre	Marketing/vent
Urgent	Pas de coût caché	Casino	Gratuit
Appelez dès maintenant	100% satisfait	Célébrité	Remboursé
Profitez aujourd'hui	Vu à la TV	Merveilleux	Meilleur prix
Instantané	Rejoindre un million de personnes	Exceptionnel	Promotion
Sans attendre	Ce n'est pas un spam	Incroyable	Opportunité
		Cher ami	Vente privée
		Vous avez été sélectionné	100% / 50%
		Spécialement pour vous	Réduction
			Cadeaux
			Achetez
			Coupon
			Sans frais

3.5 Définir ses outils de prospection

Elaborer son plan d'action

Les principaux axes de développement numériques :

1. Le SEM (référencement gratuit ou payant)
2. Le Buzz Marketing
3. L'intelligence collective (crowdsourcing)
4. Le présence marketing
5. L'Ubiquate marketing (cross-canal)
6. Branding (story-telling)

3.5 Définir ses outils de prospection

Focus sur les places de marché

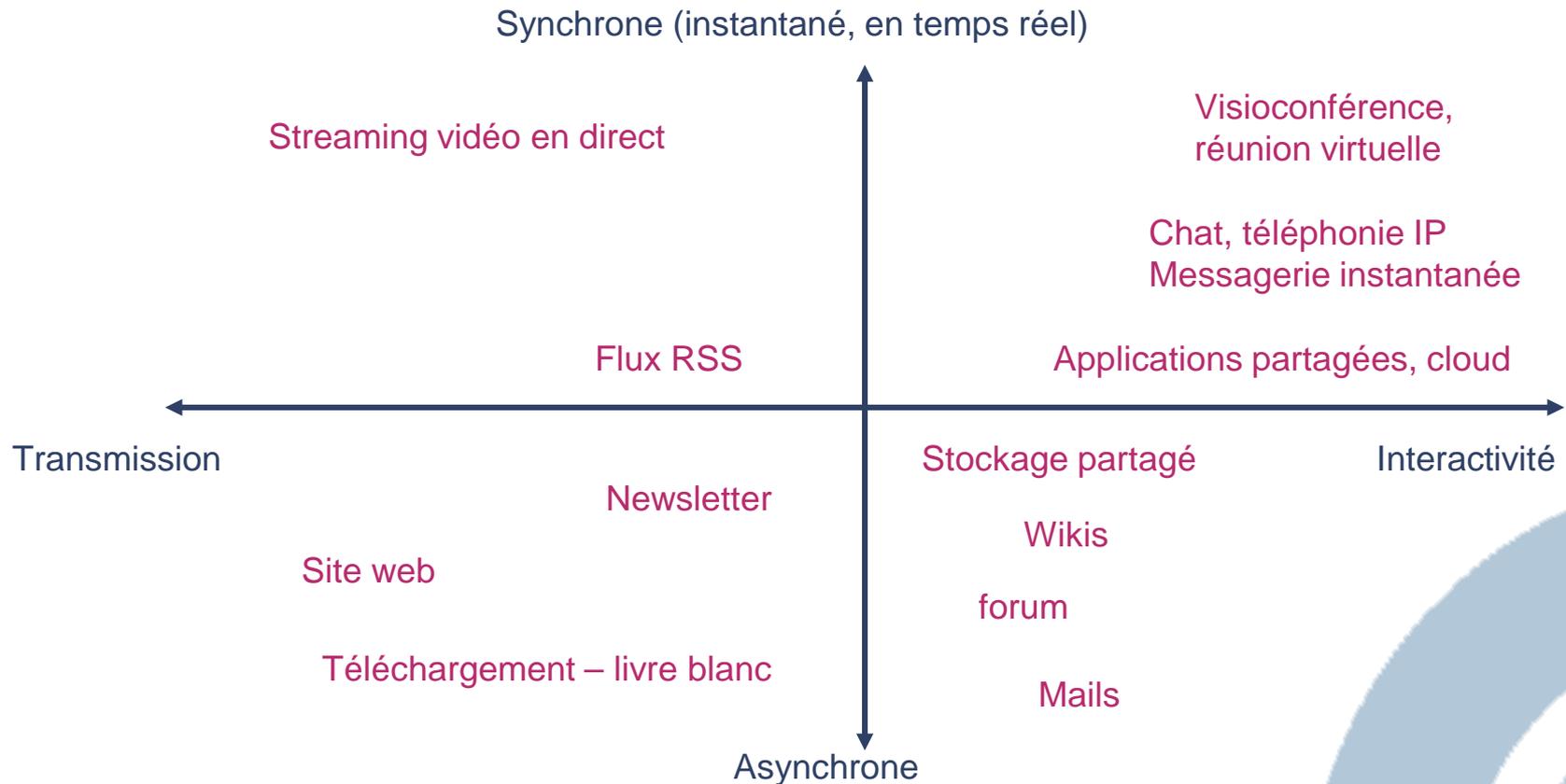


Les places de marché (marketplaces) représentent aujourd'hui 10 à 20% du chiffre d'affaires des principales plateformes d'e-commerce. Pour un E-commerçant, l'intérêt

- Une portée plus large et rapide à mettre en place
- Une infrastructure solide en terme de sécurité, de logistique, et de promotion (campagne de fidélisation, retargeting, etc.)
- De nouveaux leviers de croissance grâce au dropshipping et l'affiliation

3.5 Définir ses outils de prospection

Les outils à disposition



Le web et le e-commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

Merci de votre attention



Olivier GRIZON
www.synap-tic.fr

[Email : marketing@synap-tic.fr](mailto:marketing@synap-tic.fr)

Tel. 06-87-42-85-87

