|  |
| --- |
| **C**  **H A P I T R E 3** |

**STRATEGIE D’UN SITE**

**MARCHANT**

* ***Le modèle fonctionnel***
* ***Le modèle statique***
* ***Le modèle de navigation du système***

**III. *Stratégie d’un site marchant***

#### *1. Les besoins d’un site marchant :*

Il y a beaucoup d'autres éléments a part de la façon dont notre site ressemble qui le rend conviviale à notre clientèle sans parler des choses qui les incitent à avoir des affaires avec nous.

* Une description claire de notre business

Celui qui accède à notre site marchant ne devrait pas faire une enquête pour comprendre ce que nous faisons exactement. Grâce à une présentation claire et simple de nos produits

et services dés la page d'accueil. On dit aux gens que c'est le bon site, celui qu'ils cherchent. Une description claire attirera l'attention du visiteur immédiatement dans les 2-3 secondes va l’encourager de rester plus longtemps sur notre site web.

* Une simple et sensible adresse Web

On ne complique pas les choses pour notre nom de domaine est comme notre marque. Il devrait être facile de taper pour un utilisateur dans un navigateur Web ou dans une adresse e-mail.

Nous utilisons toujours le domaine *.tn* parce que les utilisateurs sont habitués à taper cette extension quand ils entrent dans une adresse Web. Pour les non-profits ou les organisations, d'habitude on préfère d'utiliser un nom de domaine *.org* pour promouvoir les causes, mais aussi il est bon d'avoir une version *.com* du domaine dans le cas où un utilisateur a accidentellement tapé l'adresse.

Nous suggérons aussi d'éviter des tirets qui ne sont bons pour SEO est l'acronyme de "Search Engine Optimization" (référenceur ou optimisation pour les moteurs de recherche) et les chiffres (qui peuvent causer de la confusion pour les clients).

* Un plan de site facile a naviguer :

Des liens vers les pages les plus importantes et le plan du site sont cruciales pour guider les visiteurs vers les informations qu'ils recherchent. Il est important que notre navigation soit visiblement très pratique. Il doit être très facile pour nos visiteurs de trouver ce qu'ils cherchent, ou ce qu’ils veulent savoir.

* Facilité à retrouver les coordonnées :

Nous ne voulons pas perdre un client pour un concurrent, simplement, parce qu’il trouve difficilement la modalité d'entrer en contact avec nous. Ce ne sont pas tous les visiteurs qui ont la patience de cliquer sur chaque page de notre site marchant pour trouver les informations de contact.

Le meilleur endroit pour l'information de contact est le coin haut a gauche ou en haut a droite de la page d'accueil. Il est également une bonne pratique d'inclure des informations de contact dans chaque page du site dans la barre de pied de page ou sur le côté ou même dans le coin haut a droite, ce qui permet aux visiteurs de vous trouver plus facilement.

* **Les témoignages des clients :**

Les mots honnêtes des clients vont aider à rendre nos produits ou services plus tangibles aux utilisateurs qui visitent notre boutique en ligne pour la première fois. Ils aident nos clients potentiels pour créer la confiance en nous et aussi vérifier si le produit ou les services répondent à leurs besoins, surtout si nous sommes une boutique débutante.

* **Un appel à l'action clair :**

Dites aux visiteurs en ligne littéralement ce que nous voulons qu’ils fassent avec un ton clair. Par exemple, nous pourrions leur demander de nous appeler pour un devis gratuit, ou s’inscrire pour nos coupons exclusivement en ligne, ou ajouter des produits à leur panier, etc.

Il faut d’attire l'attention sur nos suggestions en utilisant des boutons spéciaux ou en faisant ressortir le texte, par exemple.

* **Connaître les bases du SEO** "*Search Engine Optimization*" :

Notre site ne peut nous enrichir si personne ne peut pas tomber dessus. Se familiariser avec les bases de SEO (référenceur ou optimisation pour les moteurs de recherche) pour rendre notre boutique en ligne plus accessible par le moteur de recherche est incontournable.

Nous n’avons pas besoin d'employer des mystérieux gourous du SEO pour être bien positionnés sur les moteurs de recherche. Il suffit de nous assurer que notre site est codé correctement. Cela signifie qu'il faut utiliser les mots-clés corrects tout au long de notre texte, avoir de nombreux liens, le nom de nos titres de page et les URL soient correctes, utiliser la magie des images et des vidéos.

* **Un contenu frais, qualitatif :**

Pour de nombreuses entreprises, notre site est notre première impression pour un client. Nous voulons leur donner ce qu'ils cherchent, et même leur donner peut-être une raison de revenir.

Il est très important que notre contenu soit original, bien écrit et valeureux.

* **Une plate-forme sécurisée d'hébergement :**

Le détournement de nos informations en ligne est un cauchemar, et si cela arrive à notre boutique en ligne, il pourrait nous coûter la perte des clients. Il est impératif que nous ayons une société d'hébergement digne de confiance pour garder notre site en bon état de fonctionnement. Il est également très important de garder notre système de gestion de contenu pour ne pas avoir des mauvaises surprises.

* **Un design et un style convivial pour les lecteurs en ligne :**

Souvent les visiteurs en ligne parcourent une page Web très rapidement le premier contenu quand ils ouvrent une nouvelle page Web. S’ils sentent qu'ils sont sur la bonne page, ils risquent de se ralentir pour lire l'article complet. Pour améliorer l'expérience du l'utilisateur sur notre site web de boutique en ligne, nous avons besoin d'organiser le contenu pour la numérisation. On recommande trois points de style pour la  rédaction en ligne:

- Décomposer les choses en courts paragraphes, des en-têtes si nécessaire   
- Utiliser des puces   
- Souligner les mots ou les phrases importantes.   
En fin de compte, la simplicité et les couleurs de base sont le meilleur pari. Encore une fois, le contenu est le foyer et non les clowns dansants en haut de la page.

***2. Analyse de création un site marchant***

***2.1. Définition d’un site marchant :***

Un site marchand est un site Internet qui va permettre, au même titre qu’un point de vente traditionnel, de proposer et vendre directement des produits en ligne par le biais de modules et de fonctionnalités propres au business en ligne. Alors notre site marchant qui porte le nom suivant « ***Fashion Clothing Veiled Women*** » propose et vendre directement des produits en

ligne (Robes, vêtement, cosmétique, sandales, accessoires, sacs) en utilisant le paiement électronique à l’aide d’un composant de CMS *JOOMLA*  c’est *VirtueMa*

***2.2.******Description d’un site marchant :***

C’est généralement la partie « *back office* » qui accompagne les systèmes e-commerce qui fait toute la différence. En effet, plus les possibilités d’administration ne sont nombreuses et élaborées plus la gestion de l’activité en ligne sera complète et optimale. Ces outils d’administration, tels que : gestion des clients, des commandes, des catalogues, de l’animation marketing ont pour objectif de permettre le recrutement, la vente et la fidélisation en toute autonomie.

D’autre part, la partie « *front office* » est très importante sur notre site marchand. Car c’est elle qui va conditionner les internautes et les inciter à passer commande. Le design doit être révélateur de qualité et l’ergonomie doit permettre d’arriver à ses fins en quelques clics. Les cyberacheteurs sont des clients méfiants et difficiles à satisfaire. Il semble donc intéressant de tout mettre en œuvre pour que l’internaute passe un moment agréable et qu’il est envie de revenir à notre site.  
 Comme dans le commerce traditionnel, les cyberacheteurs sont attirés par les promotions et autres opérations commerciales qu’il est bon de mettre en évidence dès l’entrée du site.

Pour répondre à ses besoins, un maître d’ouvrage peut faire l’acquisition de ce site marchand sur mesure ou s’approprier une solution e-commerce prête à l’emploi. On réalise par un CMS (Content Management Systems) *JOOMLA* la solution clé en main permettant de réaliser, mettre en ligne et administrer sa boutique sur Internet.

A l’inverse, certaines offres de prestataires sont sur mesure afin de répondre plus précisément à la demande de personnalisation des clients. La concurrence en ligne étant vaste et variée, il semble intéressant pour un maître d’ouvrage de fournir une offre personnalisée et différente des autres systèmes concurrents.

* 1. ***Le panier d’achat et le processus de commande***  
      Le panier d’achat est un module important pour le consommateur. Un mini panier doit être présent sur chaque page du notre site pour informer l’internaute sur la commande qu’il est en train de réaliser. Il peut, à tout moment, accéder à la page « mon panier » qui lui fournira le détail complet de sa commande et lui permettra de finaliser ses achats.  
     Pour ce faire, un processus de commande, généralement en quatre étapes, va permettre à l’internaute de préciser ses coordonnées, choisir son mode livraison, sélectionner son moyen de paiement et accéder au serveur bancaire.
  2. *.* ***Le module de paiement****:*   
      L’internaute a la possibilité, lors de la dernière étape du processus de commande de choisir le moyen de paiement qui lui est le plus approprié. Les plus courants sont les paiements par chèque, contre remboursement ou par carte bancaire.  
     Dans le cas d’un paiement par chèque, l’internaute devra imprimer sa commande et la renvoyer accompagné d’un chèque bancaire ou postal aux coordonnées qui lui sont fournies. Pour un paiement contre remboursement, le procédé est similaire sauf que le paiement s’effectue à la réception de la commande.

Enfin, en ce qui concerne le paiement par carte bancaire, le cybermarchand a pour mission, lors de l’acquisition d’une solution e-commerce, de faire les démarches nécessaires auprès d’un prestataire bancaire pour obtenir l’autorisation et les moyens techniques pour effectuer des transactions en ligne et permettre aux internautes de réaliser leur paiement directement sur le site.

***2.5. L’inscription à la newsletter :***  
 Le principe est simple, un formulaire inséré sur notre site marchant propose aux internautes de s’inscrire dans l’optique de recevoir des informations régulières sur notre site ou sur des thématiques plus précises dans le cas de versions plus avancées. Lors du lancement de ce site, cette fonctionnalité a pour objectif premier de collecter des adresses électroniques (E-mail). Celles-ci serviront à réaliser des animations marketing ultérieures en fonction des centres d’intérêts choisis par les internautes lors de l’inscription. Ces informations pourront être utilisées pour réajuster les campagnes d’e-mailing.

***2.6. La gestion du catalogue électronique****:*   
 J’ai organisé la catalogue électronique du notre site marchant de vêtement de la femme voilée en catégorie, sous catégorie et fiche produit sans limitation de niveaux. Il s’avère néanmoins préférable de limiter la hiérarchie de catalogue pour faciliter la consultation par les internautes.

Après la structure globale du catalogue réalisée, chaque produit peut être créé avec tous ses attributs puis affecté à la catégorie correspondante. Ces informations sont mises à jour automatiquement et les changements effectués sur quelques instants après l’enregistrement des modifications.

***2.7. Le gestion des flux internes :***

L’administrateur a la possibilité de suivre ses clients et de connaître le nombre de commandes passées ainsi que le chiffre d’affaires réalisé par chacun d’eux. D’autre part, il peut contrôler l’état des commandes en cours ou des commandes passées, mais encore suivre le chiffre d’affaires réalisé pour chaque produit. Ceci constitue une opportunité intéressante pour la mise en place d’opération commerciale.

Enfin, la consultation et l’extraction de fichiers relatifs aux inscriptions à la lettre d’information permettent d’orienter ses campagnes d’e-mailing sur une population qualifiée.

***2.8. L’optimisation du référencement :***  
 A cause du nombre de plus en plus élevé de boutiques en ligne, il apparaît indispensable d’optimiser chaque fiche produit du catalogue afin de prétendre à une meilleure visibilité.  
La mise en place de champs spécifiques au référencement sur les formulaires de création de fiches produits permet d’associer une liste de mots clés représentative du produit en cours de création.

***2.9. La gestion des comptes administrateurs :*** Une gestion des comptes administrateurs peut être opérés dans le cas d’une structure importante où les diverses parties seront administrées par des personnes différentes.  
C’est un compte super administrateur qui aura pour mission de créer des comptes pour les différents intervenants et d’affecter les droits correspondants à leur activité.

***2.10. Les processus du site marchant:***

Voici toutes les fonctions pouvant implémentées dans votre futur site e-commerce.

- Mise de produits en promotion, offres spéciales, soldes

- Produits « meilleures ventes » sur la page accueil

- Fonction « livraison gratuite »

- Ventes croisées, associés a un produit

- Zoom l'image d'un produit

- Diverses méthodes de paiements (carte bancaire, PayPal, chèque virement)

- Accès a un moteur de recherche de produits

- Possibilité d'emballage emballage cadeau, papier recyclable...

- Générateur de la facture en fichier PDF

- Panier d'achats sauvegardé

- Possibilité d'Abonnement à la newsletter

- Possibilité Vente de produits personnalisés (impression de textes, d'images...)

- Possibilité de Système de fidélité

- Gestions d'un système de parrainage

- Évaluation/notation des produits par les clients

- Gestion des catégories et des sous-catégories illimitées, gestion de produits illimités.

- Éditeur de textes avec des options d'images, hyperliens...

- Gestion de taxes, gestion des prix dégressifs

- Gestion des e-mails personnalisés automatiques

- Optimisations de base le référencement sur les moteurs de recherche

- Création de la charte graphique personnalisée

- Gestion des permissions différentes pour l'administration du site

#### *3. Démarrage un site marchand en ligne :*

Lors de démarrage de notre site il faut réaliser quelques étapes testées pour attirer des visiteurs vers notre site, puis les amener à acheter. Il y a une séquence d'étapes testée  que nous pouvons suivre pour garantir notre réussite lorsque nous démarrons notre site marchant en ligne. Alors il faut exécuter les étapes suivant :

* On trouve un besoin à remplir :

Pour augmenter nos chances de succès, on commence par un marché. L'internet rend ce type d'étude de marché simple:

\* Visiter les forums en ligne pour voir ce que les gens demandent, les problèmes qu'ils essaient résoudre.  
\* Faire des recherches par mot-clé pour trouver des mots clés que beaucoup de gens recherchent, mais qui ne comportent pas de nombreux sites sont en compétition.  
\* Vérifier ses potentiels concurrents en visitant leurs sites et prenant note de ce qu'ils font pour combler les demandes de leurs clients.

🡪 On utilise ce que nous avons appris pour créer des produits pour un marché de vêtement de femmes voilées et le faire mieux que la concurrence.

* On écrit des argumentaires qui vendent :

Il y a une formule testée d’argumentaire qui mène les visiteurs à travers le processus de vente à partir du moment où ils arrivent à l’instant où ils font un achat on:

\* Suscite l'intérêt avec un titre convaincant.  
\* Décrit le problème résout par notre produit de vêtement de femmes voilées.  
\* Ajoute des témoignages de personnes qui ont utilisé notre produit.  
\* Discute sur le produit et comment il profite de l'utilisateur.  
\* Fait une offre.  
\* Fait une forte garantie.  
🡪 Tout au long de notre argumentaire, on doit nous concentrer sur la façon dont notre produit ou service unique est en mesure de résoudre les problèmes des gens ou de leur rendre la vie meilleure. On pense comme un client et demande "Qu'est-ce qu'il y a dedans pour moi?"

* On conçut et développe notre site marchant:

Une fois que nous avons notre marché et le produit, et nous avons cloué notre processus de vente, maintenant nous êtes prêt pour démarrer la conception web. N'oubliez pas de garder les choses simples. Nous avons moins de cinq secondes pour attirer l'attention des visiteurs - sinon ils sont partis sans jamais revenir. Alors on a quelques conseils importants à garder à l'esprit on:

\* choisit une ou deux polices en clair sur un fond blanc.  
\* fait notre navigation claire et simple, la même sur chaque page.  
\* n'utilise que des graphiques, audio ou vidéo, si elles améliorent notre message.  
\* inclue un formulaire d’inscription a la newsletter afin que nous puissions collecter des adresses e-mail.  
\* facilite l’achat pas plus de deux clics entre le client potentiel et la finalisation de la commande.  
🡪 On rende notre site qu’est notre vitrine en ligne conviviale.

* On utilise les moteurs de recherche pour conduire les acheteurs ciblés vers notre site :

La publicité *Pay-Per-Click* est le moyen le plus facile d'obtenir du trafic vers un tout nouveau site. Il a deux avantages par rapport a l'attente du trafic pour venir vers nous naturellement. Tout d'abord, les annonces PPC apparaissent sur les pages de recherche immédiatement et le second, les annonces PPC vous permettent de tester des différents mots clés, ainsi que des titres, des prix et des approches de vente.  Nous obtenons non seulement du trafic immédiat, mais nous pouvons également utiliser les annonces PPC pour découvrir vos meilleurs mots clés.

🡪 Nous pouvons distribuer les mots-clés tout au long de notre site, dans notre argumentaire et dans le code aussi, ce qui aidera notre classement dans les résultats de recherche organiques.

* On établisse une réputation d'expert pour nous-mêmes :

Les gens utilisent l'internet pour trouver de l'information. On fournit cette information gratuitement vers d'autres sites, et nous aurons plus de trafic et un meilleur classement dans les moteurs de recherche. Le secret est de toujours inclure un lien vers notre site à chaque échange d'information.

\* On distribue ce contenu que les gens vont trouver utile à travers des répertoires l'article en ligne ou sites de médias sociaux.  
\* On inclut une option "envoyer à un ami" sur les contenus précieux de notre site web.  
\* On devient un expert actif sur les forums de l'industrie et les sites de réseautage social où notre marché cible fonctionnent.  
🡪 Nous atteindrons de nouveaux lecteurs. Mais encore mieux, tous les sites qui affichent notre contenu seront un lien vers notre site. Les moteurs de recherche aiment les liens provenant de sites pertinents et nous récompensera dans le classement.

* On utilise la puissance du marketing par l'e-mail pour transformer les visiteurs en acheteurs :

Lorsque nous introduisons une case pour l’inscription à la newsletter, nous créons l'un des plus actifs et précieux atouts de notre boutique en ligne. Nos clients et Nos abonnés nous ont donné la permission de leur envoyer des e-mails.

On améliore l'efficacité des ventes de notre site e-commerce avec une de ces façons garanties de transformer les visiteurs en acheteurs.

Une des valeurs fondamentales d’aujourd’hui doit être "tout tester, rien supposer!".

🡪 Le test est la seule façon de découvrir ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas sur notre site et c'est la meilleure façon de commencer à augmenter votre chiffre d'affaires.

## ***4. Obligations légales :***

* On enregistre un nom de domaine :

Nous devons formuler notre demande auprès de fournisseur d'accès internet (FAI) ou de l**'**[Internic](http://www.internic.com/regist.html). Vérifiez grâce à l’Institut national de la propriété industrielle [INPI](http://www.inpi.fr/) que le nom de domaine n'est pas déjà utilisé. Nous pouvons aussi, auprès de l'INPI, déposer votre marque et nom de domaine.

* On déclarer notre site à la CNIL :

Nous sommes propriétaire d'une boutique en ligne, nous aurons obligatoirement à traiter des données à caractère personnel. C'est pour cette raison que vous devez déclarer votre boutique en ligne auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés CNIL*.*

* On afficher les informations légales :

Les informations qui doivent apparaître sur notre site :   
- nom du responsable éditorial   
- nom et coordonnées de l'hébergeur   
- nom du webmaster

- note sur les droits d'auteur / propriété intellectuelle (image et texte)  
- note sur la gestion des données personnelles (conforme à la [loi Informatique et Liberté](http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=769E79CBB0058529F511EC9940C41C4E.tpdjo11v_1?cidTexte=JORFTEXT000000886460&dateTexte=20080724))

* On met notre contenu en conformité avec la loi, respecté :

- la loi sur la liberté de la presse, qui interdit tout contenu diffamatoire, raciste ou révisionniste   
- l'article 227-24 du Code Pénal, qui interdit la mise en ligne de contenu violent pornographique ou portant atteinte à la dignité humaine   
- le code de la propriété intellectuelle, qui interdit la reproduction de contenu sans l'accord de l'auteur