



**Royaume du Maroc  
Haut-Commissariat au Plan (HCP)  
Ecole des Sciences de l'Information (ESI)**

**Cours /élément de module : 2.5.2 – E-services (S2)  
Module: 2.5 E-services et gestion de contenu de l'entreprise  
Niveau et option : 1<sup>ère</sup> année Cycle Ingénieur-Tronc Commun- Filières ICSD, ISITD, IIN & ISSIC  
Charge horaire globale : 24 heures  
Année universitaire : 2022-2023  
Professeur : Dr. Amine SENNOUNI**

## **TP 1 : E-commerce (SHOPIFY)**

### **Etape 1 – Configuration de votre compte Shopify**

*Nous détaillons pas à pas l'ensemble des étapes nécessaires à la réalisation d'un site e-commerce sur Shopify. Les étapes sont suffisamment détaillées et illustrées, ce qui vous permet de vous lancer dans la réalisation de votre premier site e-commerce, sans avoir besoin de compétences techniques particulières.*

### **S'inscrire sur Shopify**

L'inscription sur Shopify est simple et rapide. Sur la page d'accueil de Shopify, vous pouvez créer votre site en quelques clics. Il suffit de rentrer une adresse mail (qui sera l'adresse de référence pour vous connecter à l'interface d'édition de votre site e-commerce).

#### **1. L'ajout d'informations personnelles**

Une fois votre adresse mail saisie, Shopify vous demande de rentrer vos informations personnelles sur la page « Few more details ». Classiquement, on doit rentrer son nom et prénom, son adresse, ville, code postal, etc.

## Tell us a little about yourself

• •

**ARE YOU ALREADY SELLING?**

I'm not selling products yet

**HOW MUCH REVENUE DOES YOUR BUSINESS CURRENTLY MAKE IN A YEAR?**

\$0 (I'm just getting started)

**ARE YOU SETTING UP A STORE FOR A CLIENT?**

☐ Yes, I'm designing/developing a store for a client

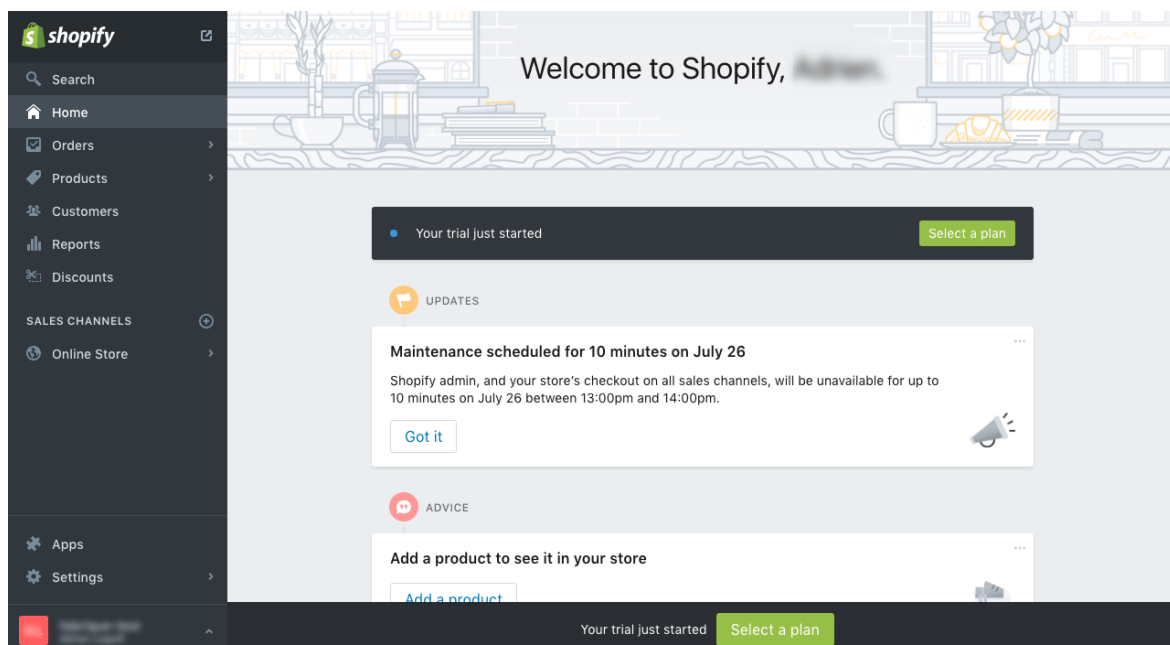
< Back

Enter my store

By clicking "Enter my store" you agree to Shopify's [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#).

## 2. Le début de la configuration de votre site ecommerce

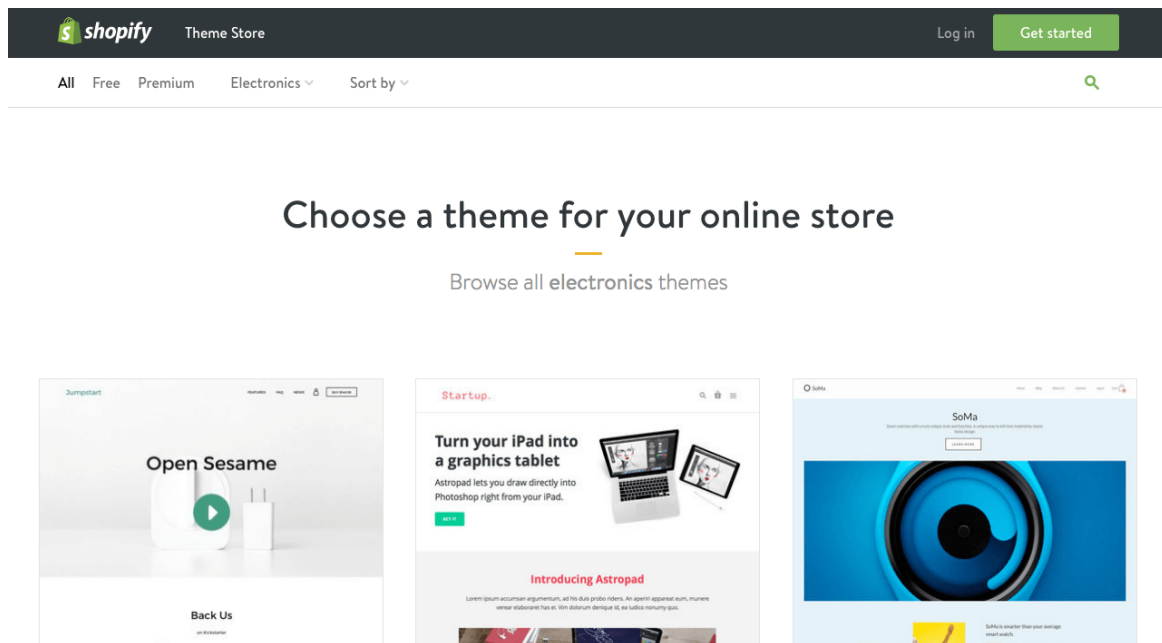
Une fois ces informations personnelles rentrées, vous allez atterrir sur l'écran d'accueil de votre espace administrateur. C'est depuis ce portail en ligne que vous pourrez créer et personnaliser directement votre site ecommerce (personnaliser l'apparence, ajouter des produits, configurer le paiement et le système de livraison, etc.).



## Choisir le thème de votre site e-commerce Shopify

## 1. Le navigateur de thème Shopify

Le navigateur de thèmes Shopify est disponible depuis votre portail administrateur ou directement en allant sur [themes.shopify.com](https://themes.shopify.com). Il expose plus de 150 thèmes différents. Comme mentionné plus haut, il y a des thèmes gratuits ou payants (premium). On peut filtrer les thèmes selon le type d'activité ainsi que selon des critères de récence et de prix. Par exemple, dans la catégorie « Electronics », les thèmes Jumpstart et Palo Alto sont plutôt adaptés à des activités orientées Tech, produits innovants, etc.

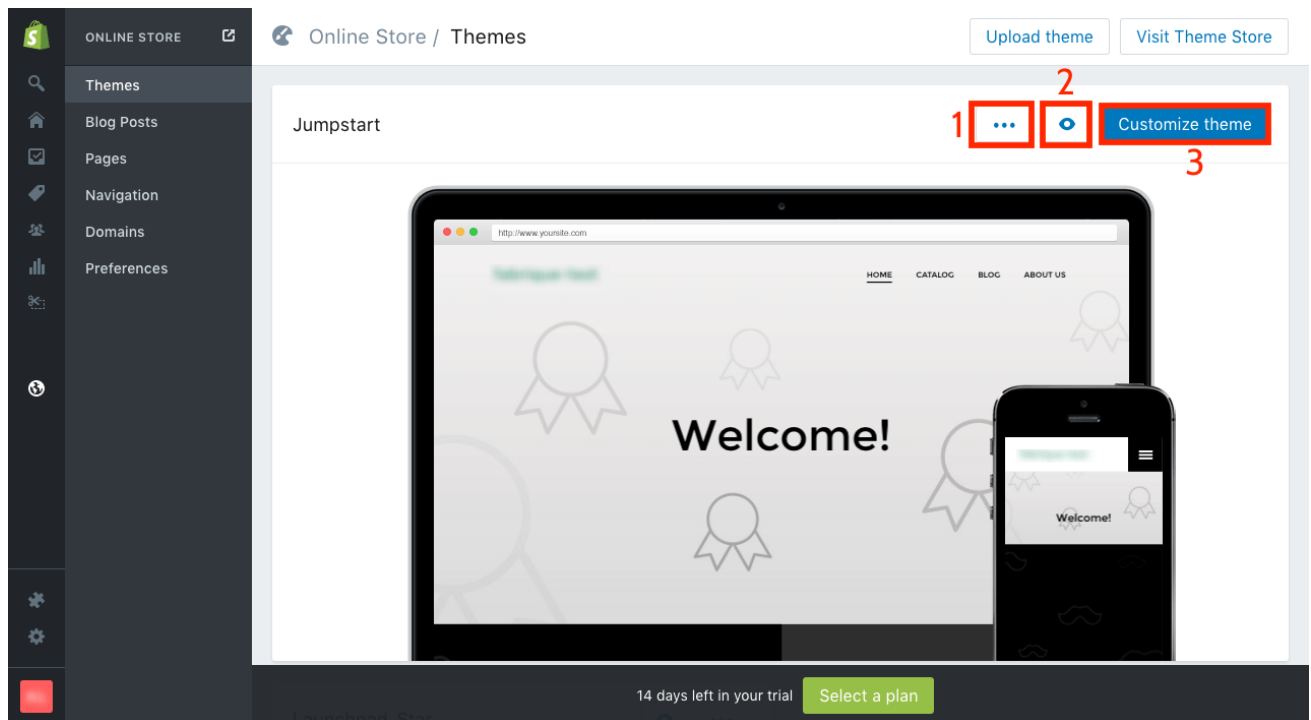


## 2. Les fonctionnalités d'un thème Shopify

Une fois que vous avez choisi le thème qui vous plaît, vous pouvez obtenir plus de détails en cliquant sur le thème directement à partir du navigateur. Ainsi, vous obtiendrez des éléments de précision sur le thème comme le fait qu'il soit responsive, adapté pour un usage mobile, ainsi que des avis d'autres utilisateurs du même thème en faisant défiler la page.

### Modifier l'apparence de votre thème

Sur la plupart des thèmes proposés par Shopify, vous avez la possibilité de modifier l'apparence de votre boutique en ligne. Alors rassurez-vous, votre site ne ressemblera pas à des milliers d'autres !



Dans votre interface d'administration, vous trouverez la section qui vous permet de modifier l'apparence de votre thème dans le menu situé à gauche, intitulé « Themes ». L'interface affichera automatiquement le thème utilisé par votre site Shopify. Vous pouvez voir apparaître en haut à droite plusieurs boutons :

- Les trois petits points « ... » (1. Sur la capture d'écran) : ce bouton permet de faire des changements de base comme changer le nom du thème, éditer le HTML/CSS, la langue, télécharger le fichier du thème ou encore dupliquer le thème (très utile lorsqu'on souhaite faire de gros changements sur le thème, et qu'on souhaite avoir une sauvegarde du thème initial par sécurité).
- L'œil (2. Sur la capture d'écran) : ce deuxième bouton permet simplement de visualiser le rendu de votre thème. Une nouvelle fenêtre s'ouvre et affiche le site de votre boutique.
- « Customize Theme » (3. Sur la capture d'écran) : ce bouton est important. Il permet d'accéder aux réglages de votre thème en front (visualisation directe). Cette section est très intéressante lorsqu'on souhaite effectuer des tests rapides de choix de couleurs et de typographie par exemple, mais également éditer le footer / header, les logos, le menu, etc. Dans tous les cas, c'est une interface qu'il faut absolument tester afin de se familiariser avec l'éditeur de site Shopify et d'en connaître l'ensemble des fonctionnalités proposées.

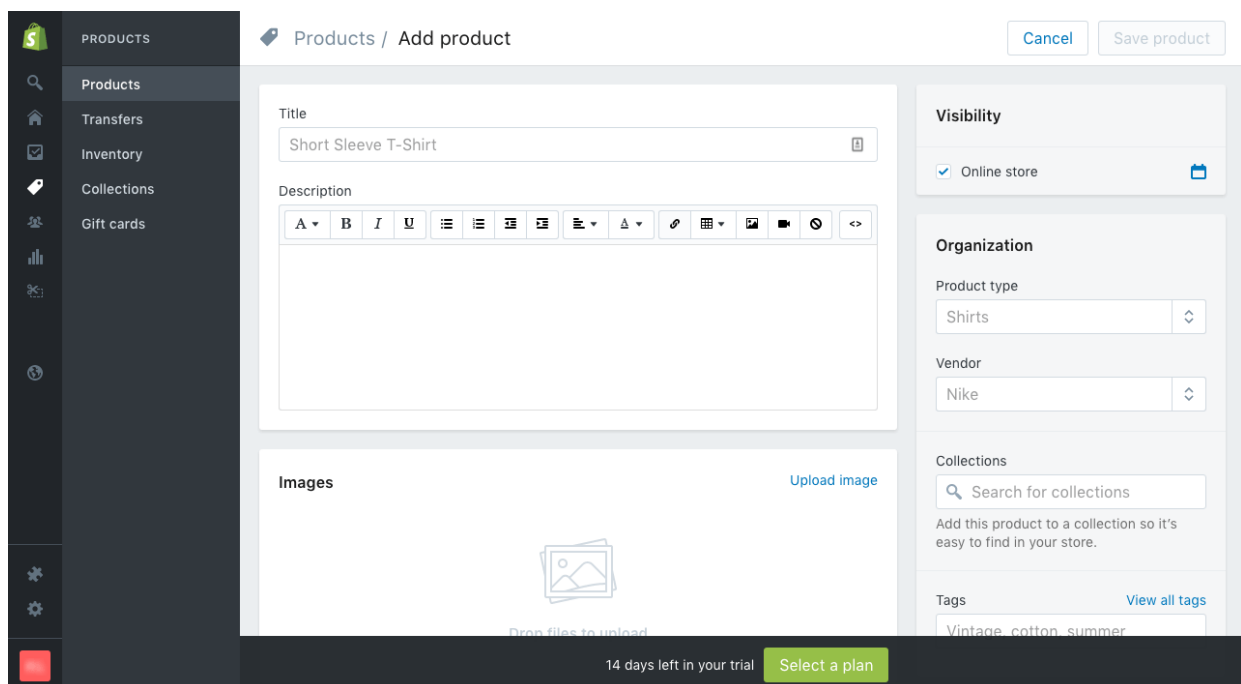
Certains thèmes offrent même la possibilité de personnaliser le positionnement des éléments (image produit à droite / gauche, centrer les éléments ou les aligner à gauche / droite, etc.).

## Etape 2 – Construction de votre site ecommerce sous Shopify

Un site ecommerce sans produits n'est pas vraiment un site ecommerce. Ici, nous allons vous expliquer comment ajouter des produits sur votre boutique en ligne Shopify.

### Ajouter des produits sur votre site ecommerce

Pour ajouter des produits sur votre boutique en ligne Shopify, il faut se rendre dans l'interface « Products » à partir du menu de gauche (le logo prend la forme d'une étiquette produit). Sur cette page apparaît un bouton en bleu « Add a product ». Cliquez dessus pour ajouter un nouveau produit à votre boutique.

The screenshot shows the Shopify 'Add product' page. On the left is a dark sidebar with the 'PRODUCTS' menu highlighted. The main area is titled 'Products / Add product' and contains several form fields. The 'Title' field has 'Short Sleeve T-Shirt' entered. The 'Description' field has a rich text editor with various formatting options. Below the description is an 'Images' section with a placeholder for uploading images. On the right side, there are three sections: 'Visibility' with a checked 'Online store' option, 'Organization' with dropdowns for 'Product type' (Shirts) and 'Vendor' (Nike), and 'Collections' with a search bar. At the bottom, there's a 'Tags' section with 'Vintage, cotton, summer' entered. A footer bar at the very bottom indicates '14 days left in your trial' and a 'Select a plan' button.

Une fois dans l'interface, il faut maintenant remplir les différents champs (le titre du produit et sa description, les images, le prix, etc.). Sur la partie droite de l'éditeur, la catégorie « Visibility » permet de choisir si le produit sera publié automatiquement sur le site après validation où si l'on veut le publier à une date future précise.

En dessous, il y a une section importante intitulée « Organization » dans laquelle on peut affecter le produit à une catégorie ainsi qu'une marque. S'il s'agit de votre premier produit, vous pouvez inscrire une catégorie dans le champ « Product type » comme par exemple T-shirt. Ainsi, vous attribuerez le produit à cette catégorie et en même temps, vous allez créer la nouvelle catégorie T-Shirt (sans avoir besoin d'aller dans la rubrique de création de catégorie). Le processus est le même pour le champ « Vendor » (marque du produit en vente). Plus bas, le champ de recherche permet de placer le produit dans une collection (créée auparavant), ainsi que d'affecter différents tags au produit (Ex ici : #coton, #noir, #vintage, etc.).

Une fois les caractéristiques de votre produit remplies, vous pouvez le sauvegarder en cliquant sur le bouton bleu « Save Product » situé en haut à gauche de l'interface.

Si vous n'avez pas encore créé vos collections de produits, ne vous inquiétez pas, vous pouvez très bien créer l'ensemble de vos produits, et ensuite affecter plusieurs produits à une collection depuis l'interface « Products » en sélectionnant les produits et en cliquant sur « Bulk actions » > « Add to collection ».

## **Configurer des collections de produits sur votre site ecommerce**

Pour créer un site shopify dans les règles de l'art, il faut déterminer des collections de produits. Une collection est un référentiel commun à plusieurs produits de votre boutique Shopify. Par exemple pour une boutique de vêtements, vous pouvez décider de créer des collections selon le type de personne auquel s'adressent vos produits (Homme / Femme / Enfant), des familles de produits (Pantalons, T-Shirts, Sous-vêtements, etc.), le coloris ou la taille de l'article, la saisonnalité des produits (Eté, Hiver, etc.).

Les produits peuvent apparaître dans plusieurs catégories de produits. Pour rappel, généralement les catégories que vous avez déterminées apparaissent sur la home page de votre site et dans le menu de navigation. C'est une étape primordiale afin de mieux guider vos futurs clients sans qu'ils soient obligés de cliquer plusieurs fois pour trouver une catégorie de produit. Un conseil, essayez de réduire au maximum le nombre de clics entre la page d'accueil et un produit.

## **Collections automatiques ou manuelles**

Lorsque vous ajoutez une nouvelle collection de produits sur votre site Shopify, vous pouvez décider la façon dont les produits vont être inclus dans ces catégories.

- Ajout manuel : Vous devez ajouter et retirer les produits manuellement dans une catégorie.
- Ajout automatique : vous pouvez définir des conditions pour inclure des produits automatiquement dans telle ou telle catégorie.

## **Créer des pages et ajouter du contenu à votre boutique en ligne Shopify**

La création de pages et l'ajout de contenu n'est pas une fonctionnalité mise en avant par shopify. Pour ajouter des pages à votre site ecommerce Shopify, il faut se rendre dans la rubrique « Online store » > « Pages » et cliquer sur le bouton « Add Page ». Après avoir défini le nom de votre page, ainsi que son contenu, vous pouvez sauvegarder votre page en cliquant sur « Save ». L'opération est la même pour ajouter un article de blog (« Blog post »).

The screenshot shows the 'Page details' section in the Shopify admin. The left sidebar contains navigation links: Themes, Blog Posts, Pages (selected), Navigation, Domains, and Preferences. The main content area is titled 'Online Store / Pages / Exemple'. It includes a 'Page details' section with a 'Title' field containing 'Exemple' and a 'Content' field with a rich text editor. To the right, there's a 'Visibility' section with radio buttons for 'Visible' (selected) and 'Hidden', and a 'Template' section with a dropdown menu set to 'page'. Below these is a 'Search engine listing preview' section showing a snippet for 'Exemple' with a URL and a 'Votre contenu...' placeholder. At the bottom, there are buttons for 'Delete page', '13 days left in your trial', 'Select a plan', and 'Cancel'.

Une fois la page créée, vous pouvez choisir de l'inclure dans le menu principal de navigation depuis la rubrique « Navigation ». Le menu de votre site ecommerce est très important, c'est la porte d'entrée principale vers vos produits. Il doit être clair et suffisamment détaillé afin de faciliter la démarche de recherche de vos utilisateurs. Vous pouvez vous inspirer en consultant cette [analyse des tendances de menus en ecommerce](#). Il faut alors Ajouter un item dans le dans la sous rubrique « Menu items » et affecter la nouvelle page créée au nouvel objet du menu. Pour définir une arborescence sur votre site, vous pouvez choisir de lier votre page à une « Web adress » dans la section « links » et définir le cheminement de votre page. Par exemple, si une page de catalogue est créée, on va définir « Web adress » puis dans le champ de droite « /collections/all ».

The screenshot shows the 'Main menu' configuration in the Shopify admin. The left sidebar is the same as the previous screenshot. The main content area is titled 'Online Store / Navigation / Main menu'. It includes a 'Menu description' section with 'Name' (Main menu) and 'Handle' (main-menu). Below is the 'Menu items' section, which has a table of items. The 'Example' item is highlighted with a red box. The table has columns for 'Name', 'Link', and a trash icon. The 'Example' item is linked to 'Page' and 'Exemple'. At the bottom, there are buttons for 'Delete menu', '13 days left in your trial', 'Select a plan', and 'Save menu'.

Name	Link	
Home	Home page	
Catalog	Web address /collections/all	
Blog	Blog News	
About us	Page About us	
Example	Page Exemple	

## Affecter des réductions aux produits de votre site Shopify

Si vous souhaitez faire bénéficier à vos clients de promotions, l'intégralité de la gestion s'effectue depuis la rubrique « Discounts ». Vous pouvez alors ajouter une réduction en cliquant sur le bouton « Add discount ».

The screenshot shows the Shopify admin interface for creating a discount code. The left sidebar contains navigation links: Search, Home, Orders, Products, Customers, Reports, Discounts (highlighted), Sales Channels, Online Store, Apps, and Settings. The main content area is titled 'Discounts / Add discount code' and includes 'Cancel' and 'Save' buttons. The form is divided into several sections: 'Discount code' with a text input containing 'A8E2R7KXCYPH0' and a 'Generate code' link; 'Conditions' with a dropdown set to '% Discount', a 'take' field with '15', a unit selector with '%', an 'off for' dropdown with 'product', and a product selector with 'T-shirt noir à motif'; and 'Usage limits' with 'Total quantity available' set to 'Unlimited' (radio button selected) and 'Limit per customer' set to '1 use only (tracked by customer's email)'. A 'Date range' section on the right shows 'Start date' and 'End date' both set to '2016-07-27', with a 'No expiry' checkbox. At the bottom, a trial notice states '13 days left in your trial' with a 'Select a plan' button.

Une fois dans l'éditeur des codes de promotion, cliquez sur « Generate code » pour que Shopify choisisse un code qui devra être inscrit par vos visiteurs s'ils souhaitent obtenir la remise promotionnelle. Vous pouvez décider de la forme que va prendre cette réduction : Remise fixe en €, pourcentage de réduction ou bien encore livraison gratuite. Vous décidez ensuite de la valeur de la réduction, ainsi que son domaine d'action (autrement dit, quels seront les produits qui vont être soumis à cette réduction). Vous pouvez appliquer la réduction à l'ensemble de vos produit, une seule collection ou bien encore un seul et unique produit.

En plus, vous devez décider si cette réduction est utilisable un nombre infini de fois ou configurer une limite d'utilisations. La case en dessous va vous permettre d'empêcher les visiteurs d'utiliser plusieurs fois le même code, grâce au tracking des adresses email. Dernier champ à définir, la période sur laquelle va s'étendre la réduction, disponible sur la partie droite de l'éditeur.

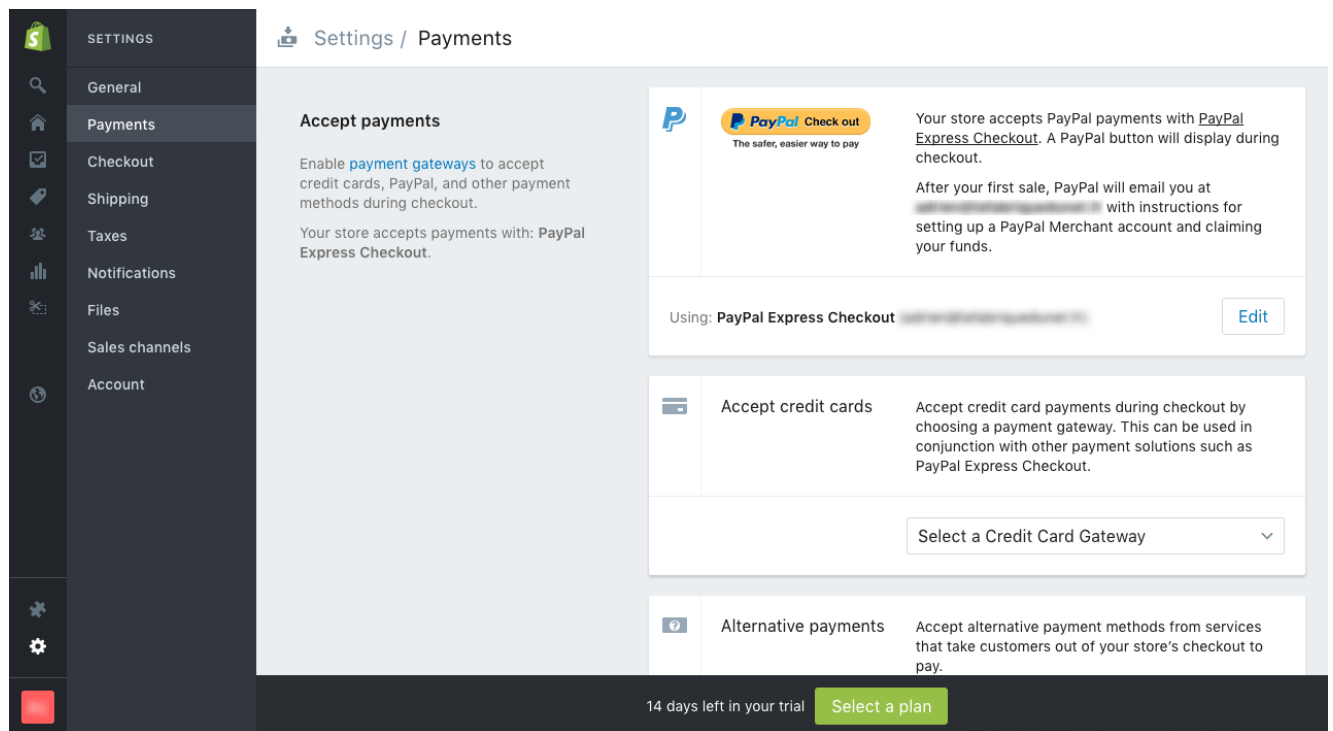
## Etape 3 – Gestion des moyens de paiement de votre site ecommerce Shopify

### Configurer les moyens de paiement

La passerelle de paiement de Shopify (ou interface de paiement) vous permet de recevoir les paiements effectués par vos clients via votre site ecommerce. Les deux éléments important à prendre en compte sont le prix et le taux de commission. On peut ajouter aux éléments à prendre en compte les fonctionnalités de chaque moyen de paiement (car tous les moyens de



paiements ne se valent pas). Voici un zoom sur les différents types de paiements que vous pouvez mettre en place pour votre boutique en ligne Shopify.



## Les commissions prélevées lors des transactions

Lorsque vous optez pour le système de commissions, certains systèmes de paiements vont prendre un petit pourcentage de la transaction ou bien un montant fixe en échange de l'utilisation de leur service de paiement. Pour évaluer ce type de système de paiement, vous devez prendre en compte le montant de ventes que vous anticipez faire.

## Les différents types de cartes de paiements

Il vous faut connaître les différents types de cartes acceptées par votre passerelle de paiement. Toutes les passerelles acceptent les cartes VISA et Mastercard. La solution PayPal, devenue très populaire pour les transactions en ligne est également disponible.

## Les commandes effectuées à l'extérieur de votre site ecommerce

Certaines des passerelles de paiement vont recevoir le paiement sur leur propre serveur via un de leur formulaire. Cela signifie donc que dans ce cas, le client va être redirigé vers une page extérieure à votre site (depuis la page de paiement) pour rentrer leurs coordonnées bancaires et valider leur commande. Cependant, ils seront redirigés vers votre page de confirmation de commande une fois que transaction effectuée. En d'autres termes, cela vous permet d'avoir un peu plus de contrôle sur le processus de paiement. A propos de votre page de confirmation, Shopify vous permet uniquement de modifier le CSS de la page.

Les commissions prélevées par les passerelles de paiement s'ajoutent aux commissions prélevées par Shopify. Selon la formule tarifaire pour laquelle vous avez opté, le montant des commissions prélevées changent. Les frais de transaction sont dégressifs. Plus votre abonnement est premium, moins les frais prélevés seront élevés :

- Basic Shopify : 2,0%
- Shopify : 1,0%
- Advanced Shopify : 0,5%

#### **Etape 4 – Configuration des éléments à ne pas oublier avant de passer à la mise en ligne de votre site ecommerce**

Avant de passer à la mise en ligne de votre site (patience, patience...), il vous reste encore quelques éléments à ajouter, notamment les informations relatives à votre entreprise, au mode de livraison ainsi qu'au système de taxe appliqué à vos produits.

#### **Inscrire les informations générales de votre entreprise**

Dans votre interface administrateur, vous pouvez ajouter des éléments de détails sur votre entreprise à partir de la rubrique « Settings » > « General ». Il est préférable de remplir l'intégralité des champs que comportent les 3 rubriques :

- « Store details » (détails sur votre boutique) : le nom de votre boutique ainsi que les adresses email.
- « Store adress » (Adresse de votre boutique) : tout est dans le titre, remplir vos coordonnées.
- « Standards and formats » : définition du fuseau horaire, de la devise utilisée, etc.

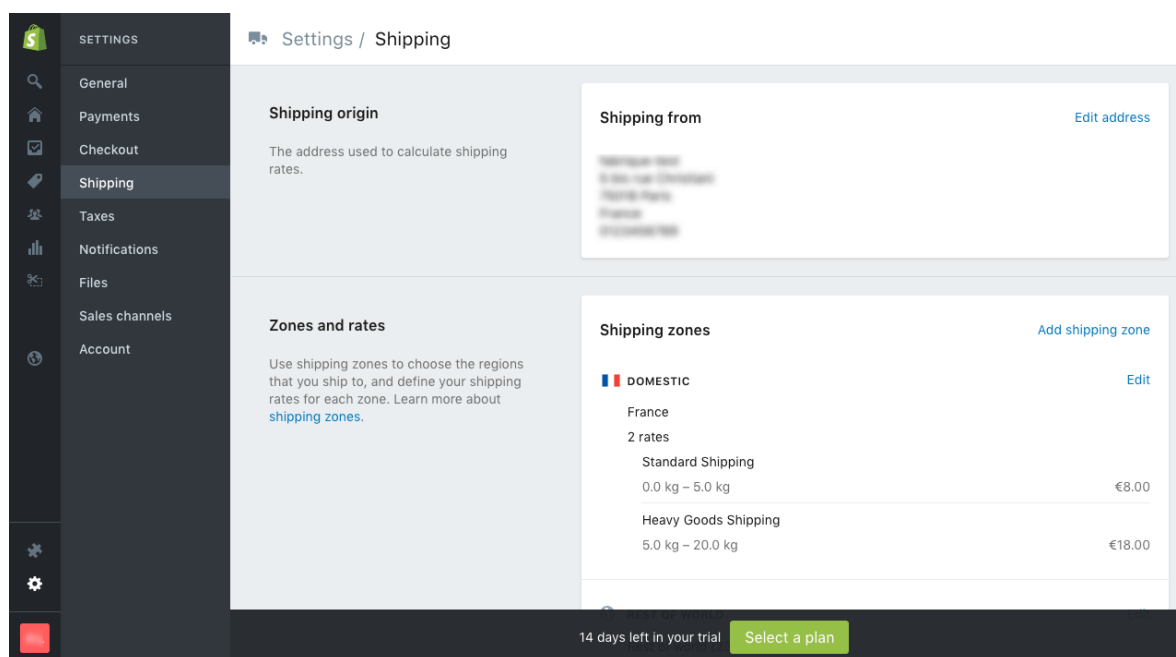
#### **Gérer les taxes appliquées aux produits de votre boutique en ligne**

Dans la même rubrique « Settings » > « Taxes », vous devez définir le mode d'application des taxes à vos produits. De base, la case « All taxes are included in my prices » est cochée, ce qui signifie que le prix de vente affiché sur vos produits contient la taxe. Par exemple si vous vendez un pantalon 100€ et que cette case est cochée, cela signifie que le prix hors taxe (pour une boutique en ligne française) sera de  $100 / (1 + 0,2) = 83\text{€}$ , donc un montant de taxes d'environ 17€ (20% du prix total de vente).

Vous pouvez vérifier sur une fiche produit que ce système de taxe est bien appliqué. En allant sur une fiche produit, vous devez alors vous assurer que dans la rubrique en bas « Pricing que la case « Charge taxes on this product » soit cochée.

## Choisir un mode de livraison

La gestion de la livraison se fait à partir de la rubrique « Settings » > « Shipping ». Normalement, en ayant inscrit votre adresse en créant votre site ecommerce Shopify, les champs de la sous-rubrique « Shipping origin » sont pré-remplis. Si vous souhaitez modifier l'adresse d'envoi de commandes, il vous faut éditer ce champ en cliquant sur « Edit adress ». En dessous, les informations concernant le montant de la livraison apparaissent. Selon la zone et le poids des produits envoyés, le montant de la livraison varie significativement. Ce montant est décliné en deux : « Domestic » (la France dans notre cas) et « Rest of world » (pour un envoi à l'extérieur de la France).



## Tester votre processus de commande

Rien de pire que de se rendre compte après coup que votre processus de paiement ne fonctionne pas correctement. Pour vérifier qu'il n'y a pas de problème, vous pouvez faire un test très simplement en utilisant le Bogus Gateway.

- Depuis l'interface administrateur, allez dans la rubrique « Payements ».
- Cliquer sur le menu déroulant « Select a Credit Card Gateway » dans la sous-rubrique « Accept credit cards ».
- Sélectionner « Bogus Gateway » dans « Other », pour effectuer un test.
- Cliquer sur « Activate » puis sur votre boutique en ligne.
- Effectuer une commande de la même façon que l'aurait fait un client.
- Une fois sur l'interface de validation de paiement (Checkout), il faut inscrire les détails suivants (au lieu de coordonnées bancaires réelles) :

- Numéro de carte de crédit : chacun de ces chiffres permet de simuler un scénario différent.
  - 1 : simulation d'une transaction réussie
  - 2 : simulation une transaction échouée
  - 3 : simuler une exception (générant un message indiquant qu'une erreur s'est produite sur la passerelle de paiement)
- CVV (code de vérification qui se situe au dos de votre carte) : inscrire un nombre à 3 chiffres au hasard (Ex : 333).
- Date d'expiration : Entrer une date postérieure au hasard.

Vous pouvez également tester une transaction avec vos coordonnées bancaires réelles.

- Sélectionner la passerelle de paiement que vous voulez tester dans la rubrique « Payments »
- Réaliser un achat sur votre boutique en inscrivant vos coordonnées bancaires réelles dans l'interface de validation de paiement.
- Une fois le paiement validé, veillez à annuler aussitôt la transaction, pour vous rembourser et éviter de payer les frais de transaction.
- Enfin, vérifier que le paiement a bien été inscrit dans l'interface de paiement.

Effectuer ce test est entièrement gratuit. Assurez-vous bien d'avoir annulé votre commande directement après avoir validé le paiement.

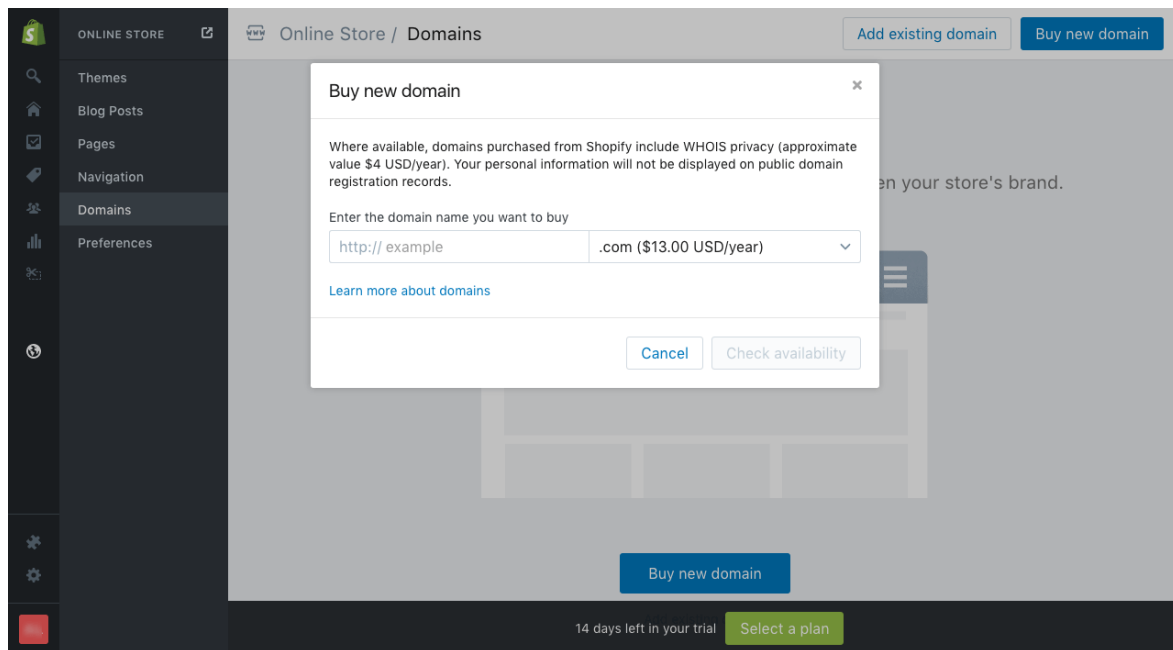
## **Etape 5 – Mise en ligne de votre site ecommerce Shopify**

### **Choisir un nom de domaine**

Pour mettre en ligne votre site ecommerce Shopify, il vous faut un nom de domaine. Deux solutions s'offrent alors à vous.

#### **Acheter un nom de domaine via Shopify**

Avec cette option, le nom de domaine acheté sera automatiquement rattaché à votre boutique en ligne. C'est évidemment la solution la plus simple et la plus rapide, d'autant plus si vous n'avez pas de connaissances techniques en matière d'hébergement de site web. Pour l'achat d'un nom de domaine, il faut compter entre 13\$ et 54\$ par an.



### Acheter un nom de domaine externe à Shopify

Vous pouvez également décider d'acheter un nom de domaine via un fournisseur tiers. On pense à des prestataires comme GoDaddy, IWantMyName ou encore Gandi. Cette solution est certes bien moins coûteuse (à partir de 0,99\$ le nom de domaine), mais vous devrez rediriger votre enregistrement DNS vous même, ce qui peut effrayer au premier abord, il faut bien l'admettre. Voici comment procéder par étape pour mettre votre site ecommerce Shopify en ligne avec un nom de domaine acquis chez un prestataire tiers.