

Analyse et Conception d'une Plate-Forme d'e-Commerce

Marlène ATTLOU Magloire EDAH

15 juin 2018

Table des matières

1. Dédicace	5
2. Remerciement	6
3. Abstract	7
4. Résumé	8
5. Introduction	9
6. Structure d'accueil	10
6.1. Présentation	10
6.2. Les Références de la Structure	10
6.3. Déroulement du Stage	10
7. Cadre Contextuel	11
7.1. Problématique	11
7.2. Environnement économique	11
7.3. Objectifs	12

8. Plate-forme d'e-commerce	14
8.1. Définitions	14
8.1.1. E-Commerce	14
8.1.2. Le Marché virtuel	15
8.1.3. E-Vendeur	15
8.1.4. E-Acheteur	15
8.1.5. E-Boutique	16
8.2. Approche et démarche d'analyse	16
8.2.1. Méthode Agile Scrum	16
8.2.2. Backlog	17
8.2.3. Items	17
8.2.4. Sprint	17
8.2.5. La Mêlée	18
8.3. Analyse et Conception	18
8.3.1. Étude des Processus Métier	18
8.3.2. Diagramme d'Activité et Objet de Flux	19
8.3.3. Cas d'Utilisation Métier	24
8.3.4. Diagramme de Séquence	26
8.3.5. Diagramme de Déploiement	27
8.4. Implémentation	28
8.4.1. Cas d'Oqenyite	28
8.4.2. Suggestion	35
9. Bibliographie	36
10. Annexes	37

1. Dédicace

A mes parents, Monsieur EDAH Gérard et Madame AMOUSSOU Léocadie. Pour les sacrifices déployés à mon égards ; pour leur patience leur amour et leur confiance en moi. Ils ont tout fait pour mon bonheur et ma réussite. Qu'ils trouvent dans ce modeste travail, le témoignage de ma profonde affection et de mon attachement indéfectible. Nulle dédicace ne peut exprimer ce que je leur dois Que Dieu leur réserve la bonne santé et une longue vie.

A mes chers frères et sœurs pour leur encouragement leur soutien et leur aide pendant tout le long de l'année.

A mes amis en témoignage de mes sincères reconnaissances pour les efforts qu'ils ont consentis pour me soutenir au cours de mes études. Que Dieu nous garde toujours unis.

A toute personne qui m'ont aidé à réaliser ce projet.

Magloire EDAH

2. Remerciement

Je tiens à remercier le PDG de l'Ecole Supérieur de Technologie et de Gestion (ESTG) Romain GLELE, qui grâce à cette université m'a permis d'acquérir des connaissances.

je tiens à adresser mes chaleureux remerciements à mon encadreur Monsieur Hodonou SOUNTON qui m'a aidé à élaborer ce projet par ces conseils et soutien durant toute la période de ce projet.

Mes remerciements à nos enseignants qui ont contribué à ma formation.

Mes remerciements à toute l'équipe de Tecnonia ; et à tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin à réaliser ce mémoire surtout Mr SOUNTON Hodonou qui m'a beaucoup aidé à élaborer ce travail.

Merci !

3. Abstract

This work, which is part of the project of the end of the third year, consists of the analysis and design of an e-commerce platform : Case d'Oqenyite. This realized project takes into account the important tasks of an e-commerce platform. e-commerce has become a complex ecosystem where multiple solutions (in terms of platform) are possible and feasible for an e-merchant. This e-commerce platform will allow merchants to sell their products on the virtual market.

Key-words :

e-commerce , platform, design, virtual market, trader.

4. Résumé

Ce travail, qui entre dans le cadre du projet de fin de troisième année, consiste à l'analyse et conception d'une plate-forme d'e-commerce : Cas d'Oqenyite. Ce projet réalisé prend en compte les tâches importantes d'une plate-forme d'e-commerce. l'e-commerce est devenu un écosystème complexe où de multiples solutions (en termes de plateforme) sont possibles et réalisables pour un e-commerçant. Cette plate-forme d'e-commerce va permettre aux commerçants et commerçantes de faire la vente de leurs produits sur le marché virtuel.

Mots Clés : e-commerce, plate-forme, conception, marché virtuel, commerçant.

5. Introduction

Le commerce électronique est l'utilisation d'un média électronique pour la réalisation de la transaction commerciale, avec de différentes plateformes du commerce électronique ou vente en ligne offrant des échanges des biens et services entre deux entités sur le réseau informatique, conclue sans la présence physique des parties. Celui-ci a considérablement modifié les comportements des distributeurs et également ceux des consommateurs. En effet, ces plateformes pour la plus part n'arrivent pas à se conformer aux réalités du terrain.

Le présent mémoire dont le but est de présenter l'essentiel du travail, s'articulera autour de trois chapitres fondamentaux dont le premier est la présentation de la structure d'accueil, le deuxième la présentation du cadre contextuel, et enfin la présentation d'une plateforme d'e-commerce.

6. Structure d'accueil

6.1. Présentation

6.2. Les Références de la Structure

6.3. Déroulement du Stage

7. Cadre Contextuel

7.1. Problématique

L'e-Commerce, est une diffusion de l'information sur une plateforme qui permet l'expansion publicitaire des e-boutique, avec de publicité très économique.

Étant donné que les solutions des grands problèmes sociaux devraient émaner des institutions universitaires, notre travail devra répondre aux questions suivantes : Comment peut-on vendre et percevoir le paiement tout en étant en distance de clients ? Comment Oqenyite exposer ses produits ? la vente sur la plate-forme d'e-commerce ?

7.2. Environnement économique

Depuis l'ouverture au grand public du réseau un peu partout dans le monde, l'Internet s'est progressivement transformé en un canal de distribution électronique au sein duquel les entreprises et les consommateurs échangent et com-

mercialisent des biens et des services. Conçu à des fins militaires puis universitaires, le réseau Internet n'avait pas pour vocation initiale de permettre la réalisation de transactions commerciales, encore moins de se substituer à des canaux de distribution existants. Cette transformation d'Internet en un espace économique a été très rapide, et il constitue désormais une plate-forme d'e-commerce, un espace marchand incontournable. Toutefois, la place d'Internet est très variable selon les secteurs économiques. Après une phase de démarrage euphorique, l'Internet revient à des réalités plus complexes que le simple basculement de transactions physiques vers des transactions électroniques. En effet, il ne se limite désormais plus au Web, au plate-forme, mais est accessible depuis de nombreux autres réseaux et terminaux comme les téléphones mobiles, les tablettes, les télévisions connectées, mais aussi bien d'autres objets encore. Le commerce électronique reste une réalité complexe à appréhender en raison de sa portée mondiale et de sa structure en réseau.

7.3. Objectifs

Notre projet c'est d'analyser la plate forme d'e-commerce d'oqenyite. La plate-forme d'e-commerce d'Oqenyite a été créé dans l'objectif d'aider les vendeur ou les boutique à exposer leurs produits ainsi que leurs prix et caractéristiques sur la plate-forme, permettent aux visiteur de s'inscrire en ligne pour devenir client, de Choisir une mode de livraison, de Choisir la boutique de livraison, de Confirmer la commande, de pourvoir effectué le paiement en ligne, de Confirmer l'opération d'achat , la réception de la facture. La plate forme «oqenyite» est

une plateforme de vente des produits et de prestation de service, et est en mesure de proposer une expérience de qualité aux visiteurs du site. Le choix de ce sujet a été motivé par mon devoir en tant qu'informaticien d'apporter des solutions dans la mesure du possible aux entreprises en besoin, de permettre aux clients de profiter d'une foire virtuelle disponible et quotidiennement mise à jours sans la moindre contrainte.

8. Plate-forme d'e-commerce

8.1. Définitions

8.1.1. E-Commerce

L'e-commerce ou le commerce électronique regroupe l'ensemble des transactions commerciales s'opérant à distance par le biais d'interfaces électroniques et digitales à partir des différents types de terminaux (Ordinateurs, tablettes, smartphones, consoles, TV connectées). Il est devenu le principal canal de la vente à distance l'échange pécuniaire de biens, de services et d'informations par l'intermédiaire des réseaux informatiques, notamment Internet ce qui explique le remplacement du terme de «vente par correspondance» par celui de «vente à distance». Il est un sous ensemble de l'e-business, qui consiste en l'achat, la vente par le biais duquel les opérations ou les conditions de vente sont exercées par voie électroniques.

8.1.2. Le Marché virtuel

Le marché virtuel est un marché qui le plus souvent à une dimension internationale et qui sont plutôt des évènements permanents. Il permet aux investisseurs de se présenter, d'entrer en contact facilement, de faire connaître leurs besoins en matière de migration, de développer et de trouver des partenaires pour satisfaire ces besoins.

8.1.3. E-Vendeur

E-vendeur est tout simplement un vendeur en ligne, il est chargé d'afficher ses produits, donner ces caractéristiques et d'ajouter le prix de chacun de ces articles dans le but de les vendre aux clients actuels ou potentiel (prospects).

8.1.4. E-Acheteur

Les e-acheteurs sont bien sûr fortement demandeurs d'offres personnalisées, notamment parmi les adhérents à des programmes de fidélisation. l'e-acheteur à un rôle très important. En effet, il se charge de consulter les produits en ligne, sélection, paie, et qui reçoit en toute sécurité les produits achetés.

8.1.5. E-Boutique

E-boutique est une boutique de vente de produits, des biens et services en ligne. Grâce à une boutique en ligne, on peut choisir et payer des articles comme dans un magasin réel. Pour acheter un produit de cette boutique virtuelle, il suffit le plus souvent de choisir les produits désirés puis de les mettre dans un panier d'achat. L'acheteur peut, ensuite, remplir un bon et payer sa commande par carte bancaire ou par un autre moyen de paiement. La commande sera livrée en fonction du choix de l'internaute et selon les modalités définies par le responsable de la boutique.

8.2. Approche et démarche d'analyse

8.2.1. Méthode Agile Scrum

La méthode agile scrum consiste à définir un travail permettant la réalisation de projet. De nos jours elle est devenue de plus en plus adoptée dans les équipement de développement. Cette méthode agile permet la réalisation de projets complexe en favorisant l'interaction avec les membres de l'équipe et les managers, la collaboration du client et la réactivité face aux changement.

8.2.2. Backlog

Le backlog scrum est destiné à recueillir tous les besoins du client que l'équipe projet doit réaliser. Il contient donc la liste des fonctionnalités intervenant dans la constitution d'un produit, ainsi que tous les éléments nécessitant l'intervention de l'équipe projet. Tous les éléments inclus dans le backlog scrum sont classés par priorité indiquant l'ordre de leur réalisation.

8.2.3. Items

8.2.4. Sprint

Un Sprint est défini pour réaliser un objectif de l'activité de développement liée à la réalisation du produit attendu. Il a une durée bien limitée (moins d'un mois). Il contient et est constitué de la planification du Sprint, des mêlées quotidiennes, des activités de développement, de la revue du Sprint et de la rétrospective du Sprint. Le sprint a un objectif fixe auquel est associée une liste d'éléments du Product backlog, ce but est sans changements qui le remettent en cause. Les objectifs de qualités sont maintenus. Sprints amènent de la prévisibilité en forçant une inspection et adaptation du progrès vers l'atteinte d'un objectif au moins mensuellement.

8.2.5. La Mêlée

C'est une réunion quotidienne d'avancement qui ne dure pas plus de 15mn. Elle réunit tous les membres de l'équipe et permet d'examiner les tâches en cours et les difficultés rencontrées. C'est ce qui permet de mettre au quotidien l'application des principes inspection-adaptation de la méthode Scrum.

8.3. Analyse et Conception

8.3.1. Étude des Processus Métier

Gérer boutique

L'inscription des vendeurs diffèrent de celui de l'acheteur ou du client. Étant, un vendeur il devra donc entrer ces informations, et après l'entreprise vérifie puis il valide. Cependant, il a la possibilité d'exposer ces produits, de donner ces caractéristiques et afficher les prix selon la catégorie de chaque produit. Ainsi, de la même manière un vendeur peut tout de fois vouloir le produit d'un autre vendeur dans ce cas, il devient acheteur ou client. Alors comment se faire l'inscription d'un client ?

Gérer catalogue

Effectuer commande

Avant d'être un acheteur il peut toute fois être un visiteur .Alors toute personne pourrait visiter la plate forme avant d'être intéressé,ce dernier étant sur la plate forme doit entrer ses informations et après vérification,il peut validé.Ensuite,il a la possibilité de regardé tout les produits,les caractéristiques,ainsi que les prix ;il pourra donc les mettes dans un panier puis passer a l'étape du paiement.Arrivé a ce stade ,ce dernier si il continu il ne demeure plus un visiteur mais devient un acheteur ou client,dans ce cas il suffit de suivre le processus de paiement.

Gérer livraison

Le paiement en ligne ne nécessite pas grand chose,suffit qu'il est un compte mobile money sur sa carte sim MTN ou MOOV dont t'il possède de l'argent.Ainsi, arrivé a ce stade il faudra suivre le processus et dans 2heures au maxime vous avez le courrier.

8.3.2. Diagramme d'Activité et Objet de Flux

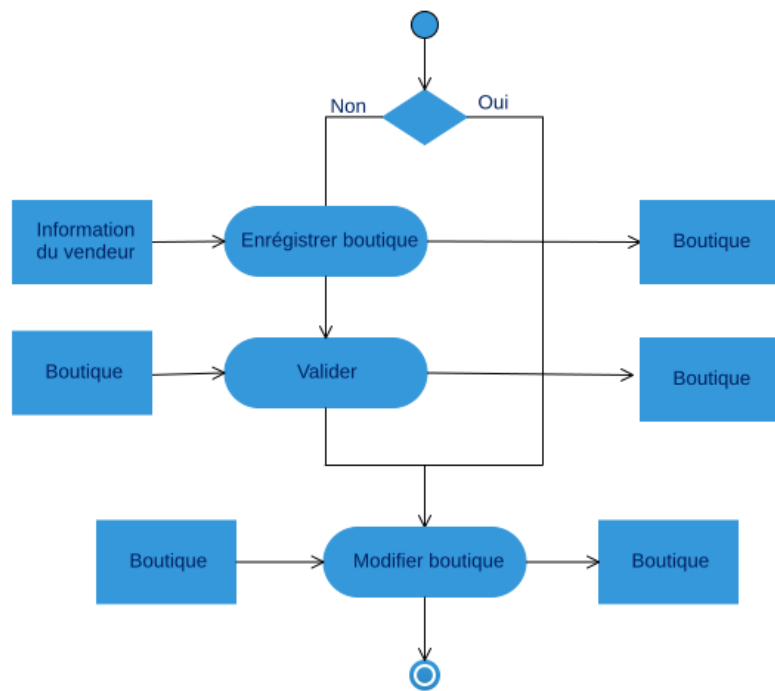
Le diagramme d'activité est un diagramme associé à un objet particulier ou à un ensemble d'objet, qui illustre les flux entre les activités et les actions.Il

permet de représenter graphiquement le déroulement d'un cas d'utilisation.

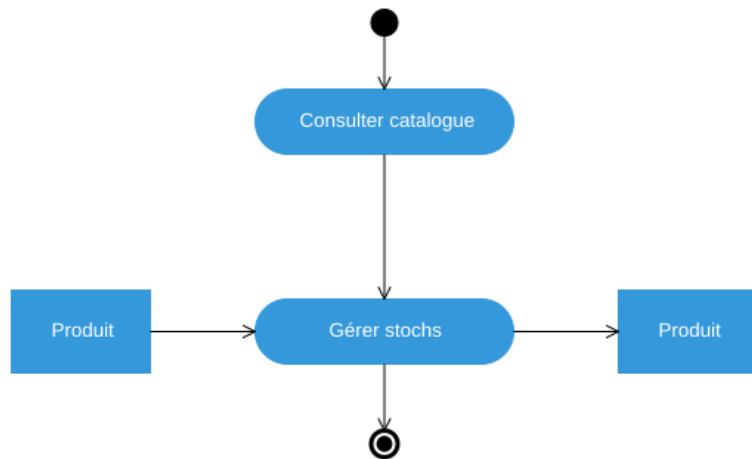
Le diagramme d'activité est un diagramme comportementale d'UML, permettant de représenter le déclenchement d'évènements en fonction des états du système et de modéliser des comportements parallélisables(multi-processus ou multi-threads) C'est un Diagramme associé à un objet particulier ou à un ensemble d'objets, qui illustre les flux entre les activités et les actions. Il permet de représenter graphiquement le déroulement d'un cas d'utilisation.

Objet de flux est un connecteur avec une pointe de flèche dénotant la direction ou on passe l'objet. Il doit avoir un objet sur au moins une de ses fins. une notation de raccourci pour le susdit diagramme devrait utiliser des épingles de production et l'apport.

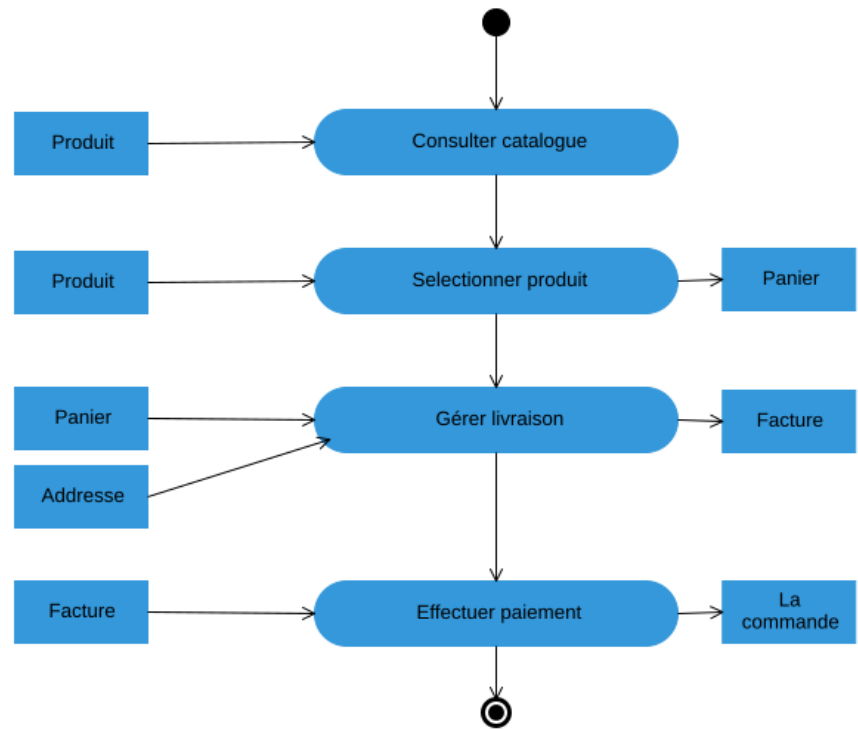
Gérer boutique

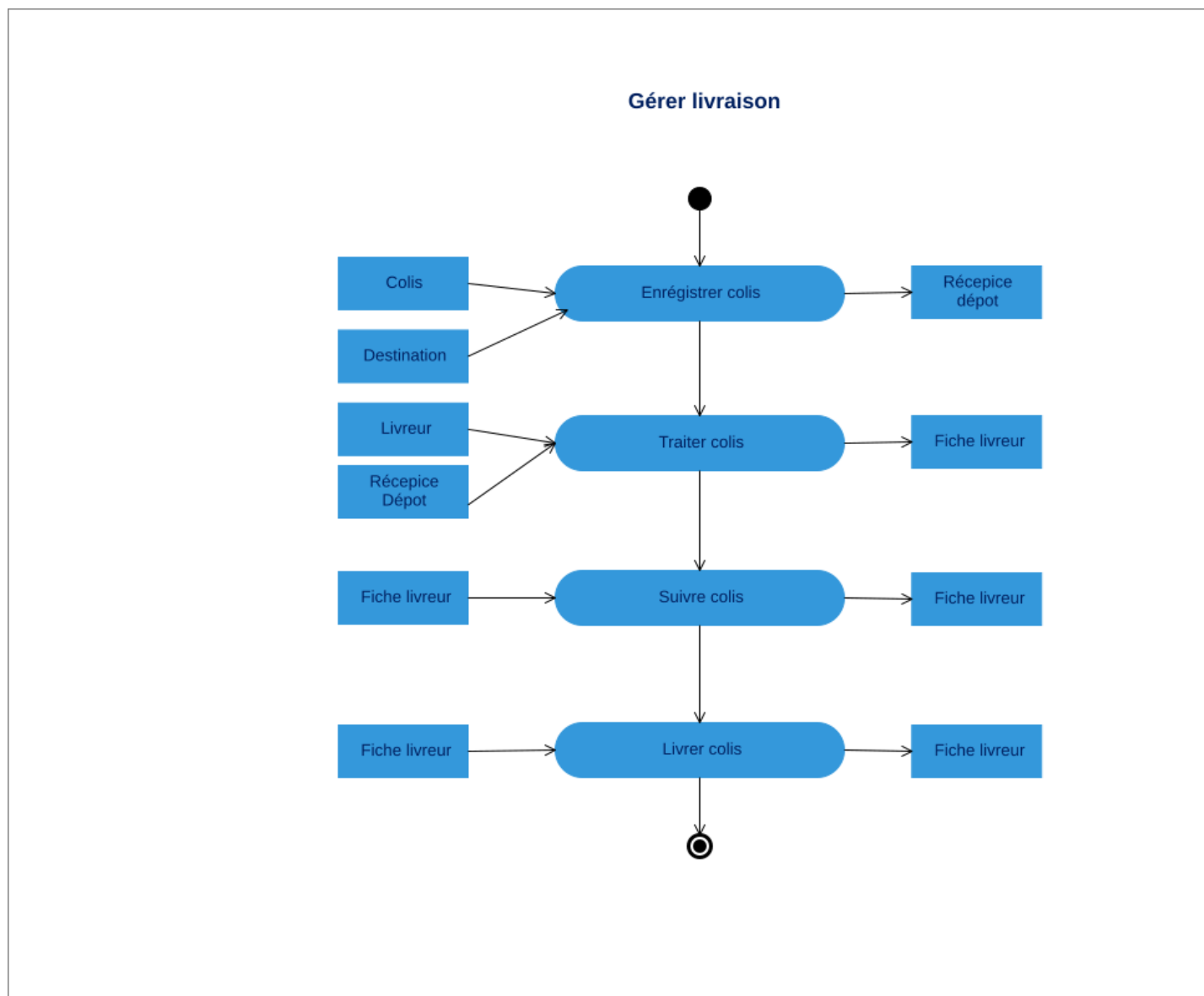


Gérer catalogue



Effectuer la commande





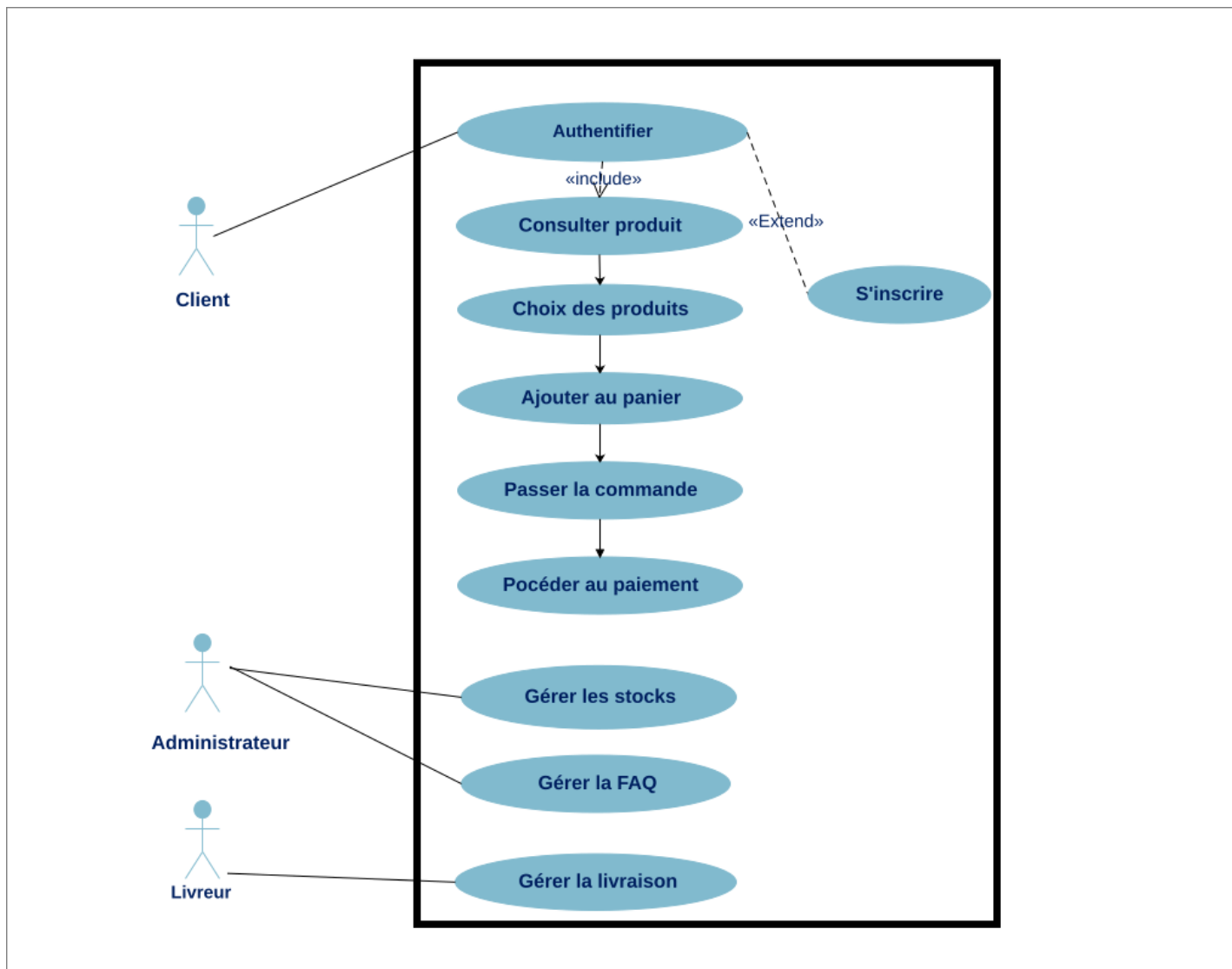
8.3.3. Cas d'Utilisation Métier

Le rôle du diagramme de cas d'utilisation métier est de recueillir, d'analyser et d'organiser les besoins, ainsi que de recenser les grandes fonctionnalités d'un système. Il s'agit donc de la première étape UML pour la conception d'un système. Le diagramme de cas se compose de trois éléments principaux :

Un Acteur : c'est l'idéalisation d'un rôle joué par une personne externe, un processus ou une chose qui interagit avec un système. Il se représente par un petit bonhomme avec son nom inscrit dessous.

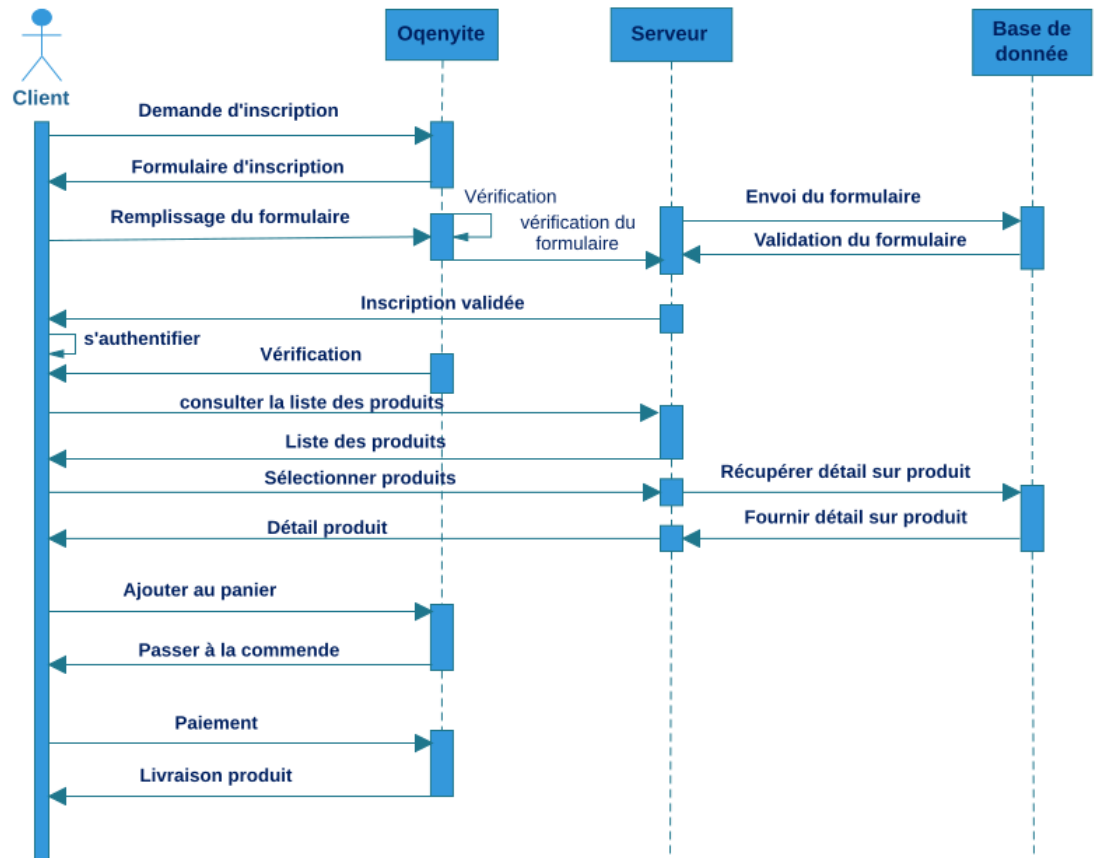
Un cas d'utilisation : c'est une unité cohérente représentant une fonctionnalité visible de l'extérieur. Il réalise un service de bout en bout, avec un déclenchement, un déroulement et une fin, pour l'acteur qui l'initie.

Les relations : Trois types de relations sont pris en charge par la norme UML et sont graphiquement représentées par des types particuliers de ces relations. Les relations indiquent que le cas d'utilisation source présente les mêmes conditions d'exécution que le cas issu. Une relation simple entre un acteur et une utilisation est un trait simple.



8.3.4. Diagramme de Séquence

le diagramme de séquence est un diagramme d'interaction qui expose en détail la façon dont les opérations sont effectuées : quels messages sont envoyés et quand ils le sont. Les diagrammes de séquences sont organisés en fonction du temps qui s'écoule au fur et à mesure que nous parcourons la page. Les objets impliqués dans l'opération sont répertoriés de gauche, à droite en fonction du moment où ils prennent part dans la séquence.



8.3.5. Diagramme de Déploiement

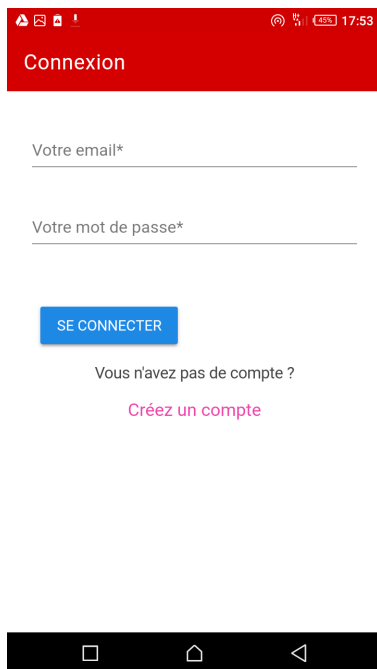
Un diagramme de déploiement représente des éléments matériels (ordinateur, périphérique, réseaux, systèmes de stockage...) et la manière dont les composants du système sont répartis sur ces éléments matériels et interagissent entre eux. Il décrit les informations sans faire référence à une implémentation particulière. Ses classes et relations peuvent être implémentées de nombreuses

manières, comme les tables de bases de données, les nœuds XML ou encore les compositions d'objets logiciel.

8.4. Implémentation

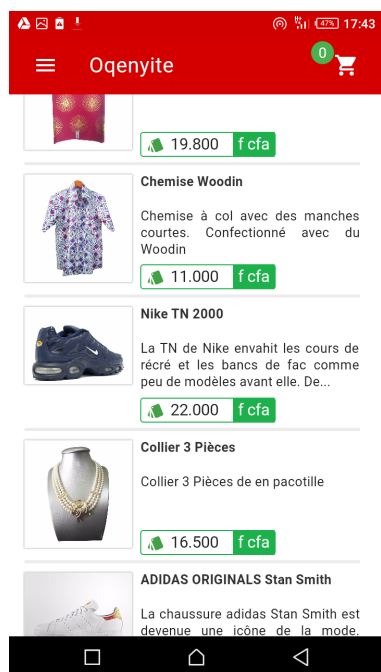
8.4.1. Cas d'Oqenyite

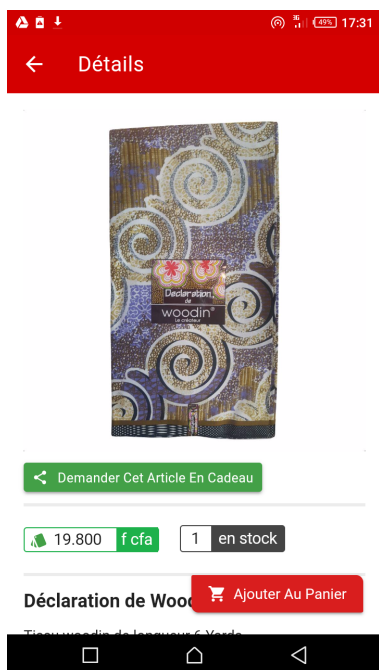
connexion

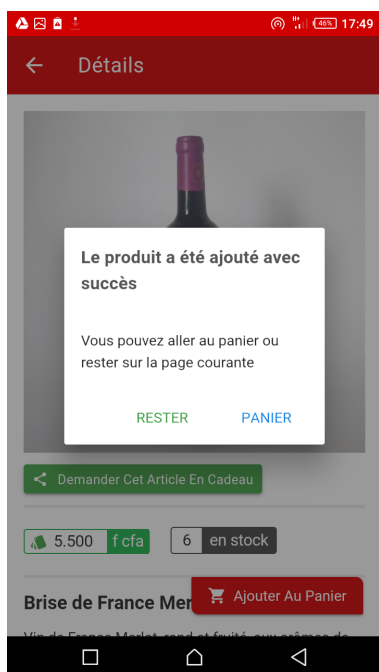
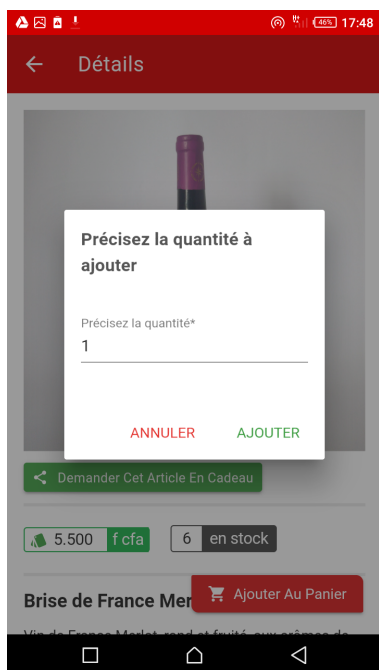


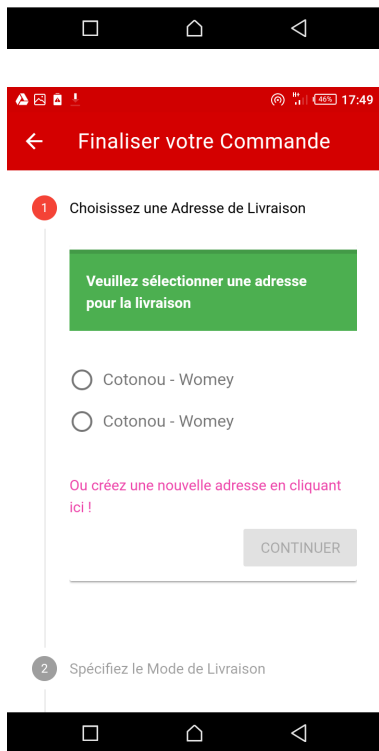
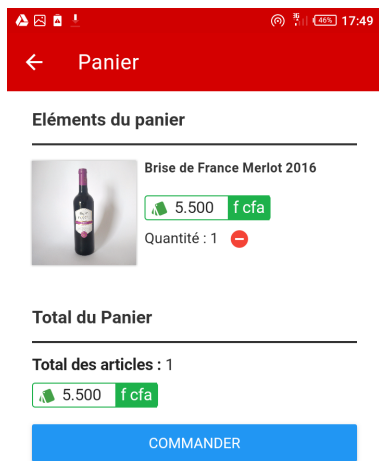
The screenshot shows a mobile application interface for a login screen. At the top, there is a red header bar with the title "Connexion" in white text. Below the header, there are two input fields: "Votre email*" and "Votre mot de passe*", both with light gray borders. A blue button labeled "SE CONNECTER" is positioned below the password field. Underneath the button, the text "Vous n'avez pas de compte ?" is displayed, followed by a pink link that says "Créez un compte". At the bottom of the screen, there is a black navigation bar containing three white icons: a square, a house, and a left-pointing triangle.

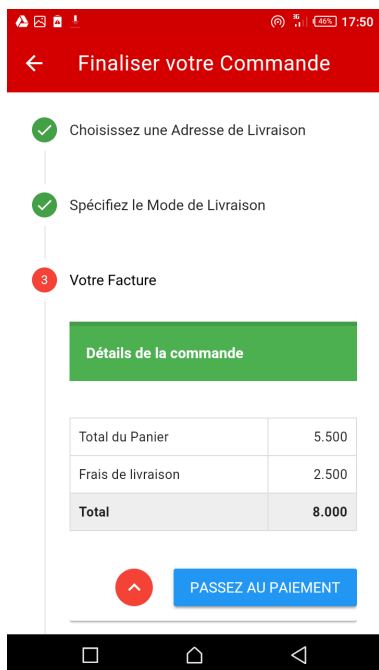
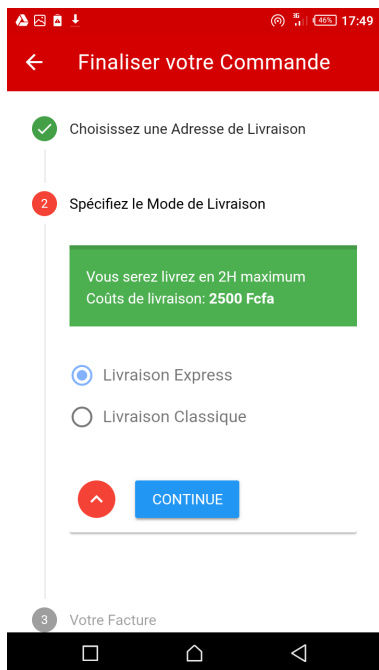
FIGURE 8.1. – tecnonia

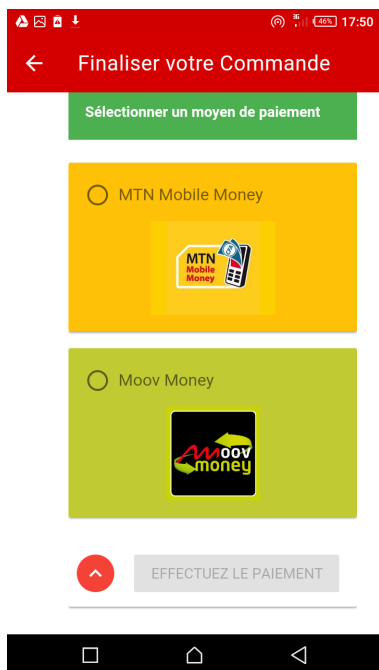
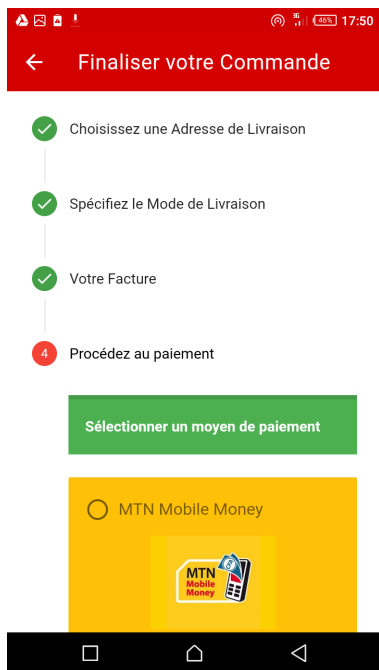


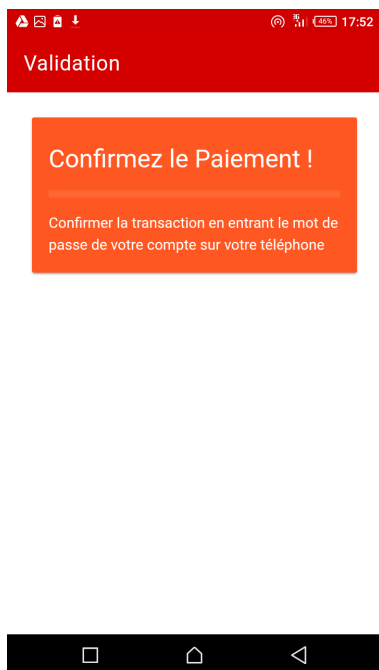
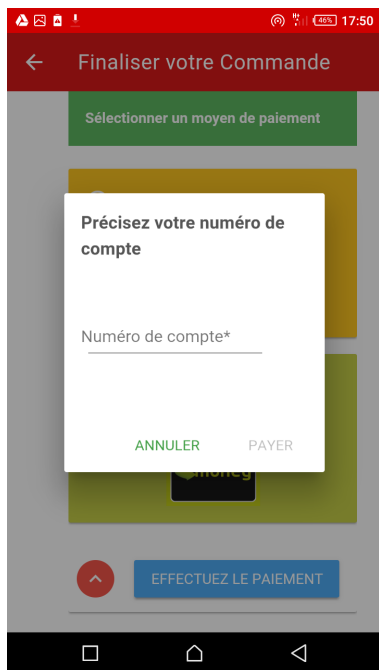












8.4.2. Suggestion

9. Bibliographie

* Sites :

* Mémoires :

10. Annexes

11. Conclusion

La réalisation de ce projet m'a permis d'approfondir et de mettre en pratique mes connaissances théoriques acquises pendant mon cursus universitaire dans l'analyse et la conception d'une plate-forme d'e-commerce. En définitive, je peux noter, que ce stage académique, m'a permis non seulement de vivre les réalités existant entre la théorie et la pratique, mais aussi de m'appliquer à l'outil informatique. Il aura surtout été l'occasion de déceler les insuffisances au niveau des établissements scolaires et de proposer des solutions adéquates à travers la modélisation et la conception d'un logiciel. N'importe quelle commerçant pourra donc s'en servir en vue d'une optimisation significative de son rendement. Il en ressort toutes fois que les utilisateurs de cette application n'auront, mais cela ne pourrait constituer un obstacle à sa bonne utilisation. C'est pourquoi on souhaite vivement que l'exploitation de ce travail puisse contribuer pour renforcer la proximité entre les commerçants et ses clients. Étant conscients qu'aucune œuvre humaine n'est parfaite, on reste ouverts aux différentes critiques et suggestions dans le but d'améliorer ce travail.