

# Compte rendu d'interview

Joseph Mulliez  
Valentin Samson

1D2

IUT de Lannion,  
département informatique

14.12.2023



# SOMMAIRE

---

## Compte-rendu

Contexte de la structure.....	p.3
Besoins et objectifs.....	p.3
Cibles du projet.....	p.4
Fonctionnalités du site.....	p.5
Contraintes.....	p.5

## Annexes

Tableau de bord.....	p.5
Exemple de mail.....	p.6
Liste des questions.....	p.7

# COMPTE-RENDU

---

Interview réalisée le 29 novembre 2023 au magasin Armor Cycles de Lannion

Durée de l'échange : 25 minutes

Gérant du magasin interviewé par Valentin Samson et Joseph Mulliez

## Contexte de la structure

Armor Cycles est une société créée en 2016. Elle comporte deux magasins, le premier à Lannion et le deuxième à Lamballe, aux portes de Saint-Brieuc. Ces deux magasins ont le même gérant. Cette entreprise se situe dans le domaine du cyclisme, en vendant et réparant des vélos. Pour cette interview, nous nous sommes concentrés sur le magasin de Lannion. Celui-ci comporte trois salariés : un mécanicien, une vendeuse et le gérant, que nous avons interviewé. Les rôles de chaque employé changent en fonction du travail du jour. À ce jour, l'entreprise Armor Cycles est sur la pente croissante, en voyant son chiffre d'affaires ainsi que sa clientèle augmenter.

## Besoins et objectifs

Motivations pour la création du site web :

Depuis la création d'Armor Cycles en 2016, c'est le gérant qui avait créé le site de l'entreprise. Mais comme remarqué, c'était un simple site vitrine, sans actualités ni possibilité d'échanges avec la clientèle et conçu avec un logiciel gratuit. De plus, le gérant, déjà surchargé, ne pouvait pas consacrer le temps nécessaire à son développement. Il a donc décidé de faire appel à un prestataire de site web pour améliorer le visuel d'Armor Cycles. Le gérant a souligné l'inévitabilité d'une présence en ligne dans le secteur actuel. Le recours à des professionnels était donc une étape logique pour créer un site plus professionnel et décharger le gérant dans son travail.

Impact depuis la création du site :

L'impact du nouveau site a été examiné à travers plusieurs prismes, notamment la visibilité et les interactions. Bien que l'évaluation précise de l'impact soit rendue complexe par le fait qu'ils ont opté pour un package intégré de site Web et de gestion des réseaux sociaux, le gérant a constaté une augmentation significative du nombre de visites sur le site, avec une correspondance accrue entre les clients et le magasin. La stratégie de coupler site Web et réseaux sociaux a atteint les objectifs fixés, renforçant ainsi la visibilité du magasin et sa proximité avec la clientèle. La nature vitale de ces exigences a conduit à la conviction du gérant qu'investir dans une présence en ligne complète, combinant site web et réseaux sociaux, était impératif pour rester compétitif dans le paysage commercial moderne.

Gestion des deux sites :

Le gérant possédant deux magasins, la gestion du site Web a été étendue aux deux établissements. Cependant, il est crucial de noter que les deux sites ne sont pas des duplicatas miroirs l'un de l'autre. Chaque site est traité comme une entité indépendante, vivant sa propre « vie » en ligne. Toutes les facettes du site, y compris les comptes sur les réseaux sociaux, ont été créées en double pour garantir une individualité et une pertinence locales.

## **Cibles du projet**

Nouveaux types de clients :

Contrairement à l'attente initiale, le site n'a pas attiré de nouveaux types de clients, notamment des clients étrangers. Cependant, le site joue un rôle crucial en maintenant le lien entre les fabricants de vélos dont le magasin propose les produits et les clients locaux. Cette fonction de liaison entre le fabricant et le vendeur est cruciale pour le magasin, et le site contribue à maintenir ce lien étroit. Cette stratégie repose sur l'intégration du nom du magasin dans les sites des marques de vélos vendues, permettant aux clients d'être redirigés vers le site du magasin et vice versa. Cette connexion entre le fabricant et le vendeur est considérée comme une composante essentielle du succès commercial du magasin.

Fréquentation du site :

Le site attire environ une centaine de visiteurs par mois, une statistique que le gérant considère comme satisfaisante compte tenu du secteur d'activité spécifique. Bien que ce nombre puisse sembler modeste par rapport à certains sites à forte fréquentation, il répond aux attentes du gérant et confirme que le site atteint son objectif de fournir des informations pertinentes à un public ciblé.

## **Fonctionnalités du site**

Choix du package web/réseaux sociaux :

Le choix de combiner un site Web avec une présence sur les réseaux sociaux est considéré par le gérant comme un élément essentiel de la stratégie en ligne du magasin. Selon lui, pour obtenir une visibilité maximale, il est nécessaire d'être actif sur tous les fronts d'Internet. Renoncer soit au site Web, soit aux réseaux sociaux, n'était pas une option viable. Ce choix découle de la conviction que pour maintenir une présence étendue sur Internet, il est crucial d'explorer tous les canaux disponibles.

Mises à jour régulières du site :

Le rythme des mises à jour du site a été fixé à une fréquence mensuelle. Bien que moins fréquentes que les mises à jour des réseaux sociaux, ces mises à jour mensuelles visent à maintenir le contenu du site à jour, reflétant les dernières actualités, promotions et services du magasin. Cette stratégie trouve son équilibre entre la nécessité de tenir le site à jour et la réalité pratique du temps et des ressources disponibles.

Gestion du site :

La gestion du site est partagée entre l'entreprise de création et le gérant. Bien que le gérant ait accès au site, la responsabilité principale des mises à jour et des modifications, en particulier pour les actualités et les nouveautés, repose sur l'entreprise de création. Cette division des tâches vise à garantir la cohérence du contenu et à tirer parti de l'expertise de l'entreprise pour maintenir le site à jour.

## **Contraintes**

Satisfaction du rapport qualité/prix :

Le gérant exprime une satisfaction générale quant au rapport qualité/prix de la prestation fournie par l'entreprise de création du site. Selon lui, l'investissement a été judicieux, en tenant compte des résultats obtenus en termes de visibilité accrue et d'interactions plus fréquentes avec la clientèle. Cela confirme que le coût engagé pour le développement du site a été perçu comme une valeur ajoutée significative à l'activité globale du magasin.

Délai entre le premier contact et la livraison du site :

La rapidité de mise en œuvre a été un aspect positif de la collaboration. Le gérant souligne que le délai entre le premier contact avec l'entreprise de création et de livraison du site a été inférieur à un mois. Cette promptitude dans la réalisation du projet a été favorable pour le magasin, lui permettant de bénéficier rapidement des avantages d'une présence en ligne améliorée.

Communication avec le fournisseur :

La communication avec l'entreprise de création a été évaluée de manière nuancée par le gérant. Initialement, pour la mise en place et la création du site, la communication s'est déroulée sans heurts. Cependant, le gérant exprime des réserves quant à la réactivité actuelle de l'entreprise pour résoudre les problèmes ou effectuer des modifications sur le site. Une attente de réactivité plus rapide de la part de l'entreprise de création est soulignée.

# ANNEXES

## 1 Tableau de bord

Date	Structure contactée	Type de contact	Réponse
15 octobre 2023	trégor Bowling	Mail	Abandon
16 octobre 2023	Distillerie warenghem	Mail + retour	Négatif
18 octobre 2023	l'atelier du Piano	Mail + téléphone	Abandon
19 octobre 2023	Cat Breizh	Mail	En attente
19 octobre 2023	Le homard jaune	Mail	En attente
19 octobre 2023	Le carré magique	Mail	En attente
26 octobre 2023	office tourisme Lannion	Mail perso + téléphone	Abandon
9 novembre 2023	office tourisme Lannion	Mail pro	En attente
9 novembre 2023	traiteur Lannion	Mail	En attente
9 novembre 2023	Gigi Family	Mail	En attente
16 novembre 2023	Gigi Family	Mail de relance	En attente
29 novembre 2023	Armor Cycles	Présentiel	Validé

Bonjour,

Nous sommes deux étudiants à l'IUT de Lannion en BUT ( ex DUT) d'informatique. Dans le cadre d'un projet universitaire, nous sommes à la recherche d'une structure professionnelle ayant contacté un prestataire dans le but de réaliser leur site Web.

Nous avons effectué des recherches et nous avons observé que votre site était très intéressant pour notre projet : possibilité de choisir l'un des deux restaurants, réservation, commande en ligne, menu en ligne...

C'est pour cela que nous vous demandons de réaliser une interview avec vous afin de discuter avec vous de votre activité et de votre site "gigifamily.fr".

Cette interview en présentiel ne durera pas plus de 30 minutes. Vous pouvez nous recontacter si vous souhaitez plus d'informations.

Merci d'avoir pris le temps de lire notre requête.

Cordialement,

Valentin Samson  
samson.valentin2005@gmail.com  
0769517140  
Joseph Mulliez  
mulliezjoseph5@gmail.com  
0695120981



**Site WEB :**

- Qui sont les actuels utilisateurs de votre site ?
- Quel impact a eu votre site WEB sur l'entreprise ?
- Le site est-il finalement utile et rentable ?
- Le site répond-il bien à vos attentes ?
- Votre site est-il toujours d'actualité ?
- Pourquoi un site WEB à une page sur les réseaux sociaux ?
- Avez-vous demandé une date limite pour la réalisation du site ?
- Quel était le budget lors de la commande du site ?
- Dans les conditions actuelles, auriez-vous mis plus de budget ?
- D'où vient la charte graphique du site ?
- Quand avez-vous pensé à réaliser ce site WEB et quand l'avez vous commandé ?
- Comment avez vous choisi les prestataires pour votre site ?
- Quel a été le délai entre la commande et la livraison du produit(votre site) ?
- Combien d'utilisateurs visitent votre site en moyenne ?

**Entreprise :**

- Depuis quand votre magasin de cycles existe-t'il ?
- Quelles sont vos fonctions dans l'entreprise ?
- Aviez-vous un site WEB avant le site actuel ?
- D'où viennent vos clients ? De quel coin de la Bretagne viennent t'ils principalement ?
- Qu'est ce qui vous a motivé à faire un site WEB ?

**Fonctionnalités :**

- Quel est le rôle de votre site ?
- Quels sont les fonctionnalités ?
- Comment gérez-vous votre communication entre vous et la clientèle ?