

PROJET E-COMMERCE

BURGERS LOVERS

Crotti Pablo

Marques Meliciano Patrick

Martins Quinteiros Miguel

INTRODUCTION



Ce projet s'est déroulé pendant le cours d'e-commerce lors de notre troisième semestre de formation d'Ingénierie des Médias auprès de la Haute École d'Ingénierie et de Gestion du canton de Vaud (HEIG-VD)

Le lien du site internet que nous avons mis en place est le suivant :

[burgers-lovers.ch.](http://burgers-lovers.ch)

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

TABLE DES MATIÈRES

01	MISE EN PLACE	1
	Thème choisi	1
	Liste de produits	1
	Contenus possibles	2
	Nom du site	2
02	PREMIERS PAS	3
	Méthodologie de travail	3
	Asana	3
03	STRATÉGIE	6
	Cibles	6
	Positionnement	8
	Objectifs	8
	Concurrents	9
	Inspiration	14
	Produits	17
04	IDENTITÉ	20
	Logo	20
	DIVI	23
	UX	24
05	CONTENUS	31
	Articles	31
	Autres contenus	36
	Plan du site	43
06	ÉLÉMENTS JURIDIQUES	44
	Cas fictif	44
	Conditions générales	45
	Protection des données	45

TABLE DES MATIÈRES

07	ÉLÉMENTS TECHNIQUES	48
	WooCommerce	48
	Compte Google d'entreprise	50
	Activation Google Search Console	52
	Google Site Kit et Analytics	53
08	ACTIVITÉ COMMERCIALE	56
	Amazon "Club Partenaires"	56
	Printful	59
	PayPal	63
	Virement bancaire	71
	Autres moyens de paiement	72
09	PAGES PRODUITS	73
10	EMBALLAGES	75
11	LOGISTIQUE	77
12	PRIX	79
13	UX	81
	Intégration	81
	Difficultés	81
	Améliorations	82
14	PERFORMANCE	83
15	SEO	87

TABLE DES MATIÈRES

16	RÉSEAUX SOCIAUX	91
	#iDoItMyself	91
	Facebook	91
	Instagram	96
	Twitter	100
	TikTok	103
	WhatsApp	104
	Facebook for WooCommerce	105
17	NEWSLETTER	108
	Mise en place	108
	Pop-in	109
	Coupon de réduction	110
	Mail de bienvenue	112
	Abandon de panier	114
18	ÉCO-RESPONSABILITÉ	116
19	INCLUSIVITÉ	117
20	CONCLUSION	118
21	SOURCES	119

Thème choisi

Dans le cadre du projet e-commerce lors de notre 3e semestre au sein de la Haute École d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud (HEIG-VD), nous avons choisi un thème culinaire, les hamburgers. Ce sujet suscite un grand intérêt au sein de notre groupe et nous permet de mettre en avant des produits utiles à la confection de hamburgers, des livres de recettes ainsi que des goodies tels que des habits, sacs ou autres gadgets à l'effigie du hamburger.

Liste de produits

Nous avons commencé par identifier quelques produits pour alimenter le contenu de notre future boutique en nous rendant principalement sur [Amazon](#) et [Aliexpress](#) et les avons classés par catégorie.

Matériel de confection

Cette catégorie comportera tous les produits aidant à la confection de hamburgers à la maison. À ce stade, nous avons identifié les produits suivants :

- [Porte-hamburgers en silicone réutilisables](#)
- [Presses à hamburger](#)
- [Emballages pour burger et frites](#)
- [Galettes papier huilées](#)
- [Pistolet à sauce](#)
- [Bouteilles à condiments](#)

Livres de recettes

Dans la boutique, nous comptons vendre aussi des livres de recettes. Nous en avons, pour le moment, identifié trois pertinents, un livre de recettes, un livre de sauces ainsi qu'un livre de recettes végétariennes :

- [21 recettes à hamburger](#)
- [Simplissime sauces](#)
- [Mes recettes maison de burgers végétariens](#)

Goodies

La catégorie goodies nous permet de vendre des petits produits n'étant pas utiles à la confection de burgers, mais tout de même en lien avec le sujet principal du site. Dans cette catégorie, les visiteurs pourront aussi trouver des idées de cadeaux originaux :

- [Pull burger boy](#)
- [Pull friends fries](#)
- [Pull hamburger 3D](#)
- [Sac burger plat](#)
- [Sac burger relief](#)
- [Porte-clés burger](#)
- [Posters métalliques](#)

Contenus possibles

Au niveau du contenu, nous avons recensé plusieurs pistes à explorer en dehors de la boutique. Nous pouvons bien sûr proposer une page expliquant l'intérêt du site ainsi que sa raison d'exister, une page de contact pouvant faire office de service après-vente ainsi qu'une page d'articles. La page d'articles pourrait nous servir à présenter des restaurants de burgers intéressants, atypiques ou simplement bons en Suisse. Pour terminer, il serait intéressant d'utiliser cette page pour mettre un avant quelques-uns de nos produits avec une présentation.

Nom du site

Nous avons pensé au nom « Burgers Lovers » pour notre site web. Ce nom, simple, facile à retenir et phonétiquement intéressant, représente à la perfection le concept du site qui n'est d'autre qu'une plateforme commune pour tous les amateurs de hamburgers.

Pour le nom de domaine, nous avons dû faire face à un dilemme. En effet, nous ne savions pas si opter pour burgerslovers.ch ou burgers-lovers.ch. Nous avons commencé par vérifier la disponibilité des deux noms sur nic.ch. Les deux noms étant disponibles, nous avons opté pour la version avec le trait d'union en raison de sa meilleure lisibilité et pour améliorer le référencement.

Projet E-Commerce

02 PREMIERS PAS

Méthodologie de travail

Pour que le projet soit mené à terme avant la deadline finale et que tout soit validé, nous avons principalement communiqué via notre groupe whatsApp et réalisé des appels via l'application Discord.

Asana

Nous avons utilisé Asana pour gérer l'attribution des tâches et des deadlines. Les réunions furent planifiées au fil de l'eau via notre groupe Whatsapp.

Notre démarche était la suivante :



Veuillez vérifier votre adresse e-mail

Après confirmation de votre adresse e-mail, vous et votre équipe pourrez commencer à utiliser Asana.

Ouvrir Gmail Ouvrir Outlook Ouvrir Yahoo!

Vous n'avez reçu aucun e-mail ? [Renvoyer l'e-mail.](#)



Bienvenue sur Asana !

Vous vous inscrivez avec l'adresse e-mail admin@burgers-lovers.ch.

Quel est votre nom complet ?

Veuillez saisir votre nom.

Mot de passe

Créez un mot de passe de 8 caractères minimum.

[Continuer](#)

Vous avez déjà un compte ? [Connectez-vous.](#)

02 PREMIERS PAS



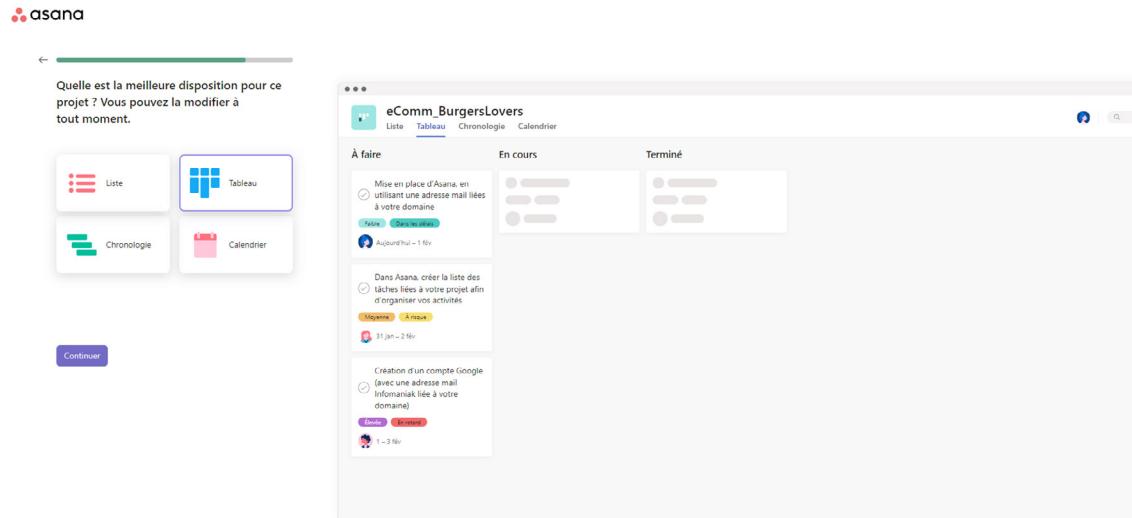
The screenshot shows the Asana onboarding interface. On the left, a sidebar lists steps: "Préparons votre premier projet" (Preparing your first project), "Sur quoi travaillez-vous en ce moment avec votre équipe ?" (What are you working on with your team right now?), and "eComm_BurgersLovers". Below these are buttons for "Continuer" (Continue) and "Ignorer" (Ignore). On the right, a task list titled "eComm_BurgersLovers" is displayed in a grid format with columns for "Nom de la tâche" (Task name), "Responsable" (Responsible), and "Échéance" (Due date). There are nine tasks listed, each with a checkmark and a progress bar.

The screenshot shows the Asana onboarding interface. On the left, a sidebar lists sections: "À faire" (To do), "En cours" (In progress), and "Terminé" (Completed). Below these are buttons for "Continuer" (Continue) and "Ignorer" (Ignore). On the right, a task list titled "eComm_BurgersLovers" is displayed in a grid format with columns for "Nom de la tâche" (Task name), "Responsable" (Responsible), and "Échéance" (Due date). The tasks are grouped under sections: "À faire" (9 tasks), "En cours" (3 tasks), and "Terminé" (1 task). Each task has a checkmark and a progress bar.

Projet E-Commerce

4 Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

02 PREMIERS PAS



A screenshot of the Asana project dashboard titled "eComm_BurgersLovers". The dashboard includes a sidebar with team management options like "Créer", "Accueil", "Mes tâches", "Boîte de réception", "Rapports", "Portefeuilles", and "Objectifs". The main area shows a task board with three columns: "À faire", "En cours", and "Terminé". Tasks include "Mise en place d'Asana, en utilisant une adresse mail liée à votre domaine" (status: Moyenne, Dans les délais) and "Dans Asana, créer la liste des tâches liées à votre projet afin d'organiser vos activités" (status: Moyenne, Dans les délais). There are also sections for "Activation de la Google Search Console" and "Activation d'un compte Google Analytics". A sidebar on the left lists "Équipes" (BurgersLovers) and "Projets" (eComm_BurgersLovers). A "Rechercher" bar is at the top right.

Projet E-Commerce

5

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

03 STRATÉGIE

Une stratégie cohérente est cruciale pour le succès de notre site. Cela permet de définir clairement les objectifs commerciaux, de cibler les consommateurs de manière efficace et de maximiser les opportunités de vente en ligne. En outre, une stratégie cohérente peut aider à améliorer la visibilité du site, à renforcer la fidélité de la clientèle et à générer des revenus plus importants à long terme.

Avec une stratégie cohérente, nous pouvons maximiser nos opportunités de vente en ligne en ciblant de manière efficace les consommateurs les plus susceptibles d'acheter nos produits. Cela peut inclure la mise en place de campagnes publicitaires en ligne ciblées, la collaboration avec des influenceurs pertinents et la promotion des produits via les réseaux sociaux. En outre, une stratégie cohérente peut également inclure des avantages pour les clients réguliers, tels que des remises sur les achats futurs, pour renforcer la fidélité de la clientèle.

Cibles

Notre site e-commerce est conçu pour cibler les consommateurs passionnés de hamburgers qui cherchent à améliorer leur expérience de préparation de hamburgers à la maison. Cette cible inclut les amateurs de cuisine qui cherchent à explorer de nouvelles recettes, les amateurs de gadgets qui cherchent à étendre leur collection de produits liés au hamburger et les consommateurs qui cherchent à renforcer leur engagement avec la culture du hamburger.

De plus, les amateurs de cuisine ne sont pas à négliger. Burgers Lovers propose une sélection de livres de recettes offrant de nouvelles idées pour la préparation de hamburgers à la maison. Ces ouvrages sont conçus pour aider les consommateurs à explorer de nouveaux ingrédients et techniques pour la préparation de hamburgers, pour une expérience culinaire plus variée et excitante.

Pour terminer, nous proposons également d'aider les consommateurs à renforcer leur engagement avec la culture du hamburger en leur proposant une sélection de produits liés au hamburger qui vont au-delà de la préparation. Cela peut inclure des livres sur l'histoire du hamburger, des magazines sur la culture du hamburger et d'autres produits connexes qui aident les consommateurs à se connecter davantage avec la culture du hamburger tels que des habits, sacs ou autres gadgets à l'effigie du hamburger.

03 STRATÉGIE

Persona

Voici les personas que nous avons créés pour représenter au mieux les cibles de Burgers Lovers :



Passionnée

Prénom : Sarah

Age : 35 ans

Occupation : Mère de famille

Lieu de vie : Bonlieue genevoise

Intérêts : La cuisine, les gadgets et le yoga

Revenu : Revenu moyen à élevé

Sarah est une mère de famille passionnée de cuisine qui adore expérimenter de nouvelles recettes et cuisiner pour sa famille et ses amis. Elle a un faible pour les hamburgers et aime les préparer à la maison avec des ingrédients de qualité. Elle est également une amoureuse des gadgets culinaires et aime s'équiper pour améliorer son expérience culinaire. Elle est toujours à la recherche de nouvelles idées de recettes et de produits pour renforcer son engagement avec la culture du hamburger. Avec un revenu moyen à élevé, Sarah peut se permettre de dépenser de l'argent pour des produits de qualité pour renforcer son expérience culinaire.



Social

Prénom : Max

Age : 22 ans

Occupation : Étudiant en droit

Lieu de vie : Appartement à Lausanne

Intérêts : Cuisine et sorties entre amis

Revenu : Revenu modeste

Max est un étudiant en droit passionné de hamburgers qui aime les préparer pour lui-même et ses amis. Il a un faible pour les gadgets culinaires et aime s'équiper pour améliorer son expérience culinaire. Il est toujours à la recherche de nouvelles idées de recettes et de produits pour renforcer son engagement avec la culture du hamburger. Avec un revenu modeste, Max est prêt à dépenser de l'argent pour des produits de qualité pour renforcer son expérience culinaire. Il est sociable et aime passer du temps avec ses amis pour déguster de bons hamburgers et explorer de nouvelles idées culinaires.

Innovant

Déterminé

Projet E-Commerce

Positionnement

Burgers Lovers a été conçu pour répondre aux besoins et aux intérêts de notre cible principale, les fans de hamburgers. Nous offrons une vaste sélection de produits liés à la confection de hamburgers, des livres de recettes ainsi que des accessoires pour renforcer l'engagement de nos clients avec la culture du hamburger. Tous les produits proposés sur notre site ont été soigneusement sélectionnés pour garantir une qualité supérieure et une expérience culinaire satisfaisante pour nos clients.

En outre, nous avons travaillé dur pour concevoir une expérience d'achat en ligne pratique et agréable. Nous avons veillé à ce que la navigation sur notre site soit intuitive et facile, avec des catégories claires et une présentation claire des produits. De plus, nous offrons des options de livraison rapides et fiables pour assurer la satisfaction de nos clients.

Notre positionnement en tant que destination pour les fans de hamburgers reflète notre engagement à offrir une expérience de qualité supérieure à notre cible. Nous croyons que notre gamme complète de produits de qualité, notre expérience d'achat en ligne pratique et notre engagement envers la satisfaction de nos clients sont les ingrédients clés pour assurer la réussite de notre site.

Objectifs

Nous souhaitons maximiser les ventes en offrant une expérience d'achat en ligne agréable pour les consommateurs passionnés de hamburgers. Pour atteindre cet objectif, le site a mis en place une stratégie de marketing en ligne efficace qui vise à promouvoir les produits auprès de la cible principale. Cela peut inclure la participation à des campagnes de marketing sur les réseaux sociaux ou la collaboration avec des influenceurs pertinents pour étendre la portée de la marque et augmenter la visibilité des produits.

Burgers Lovers vise également à établir une marque forte pour les produits liés au hamburger en offrant une gamme complète de produits de qualité ainsi qu'en garantissant une expérience d'achat en ligne fluide pour les clients. En offrant une expérience de haute qualité, le site peut développer une image de marque positive et renforcer la fidélité de la clientèle.

Concurrents

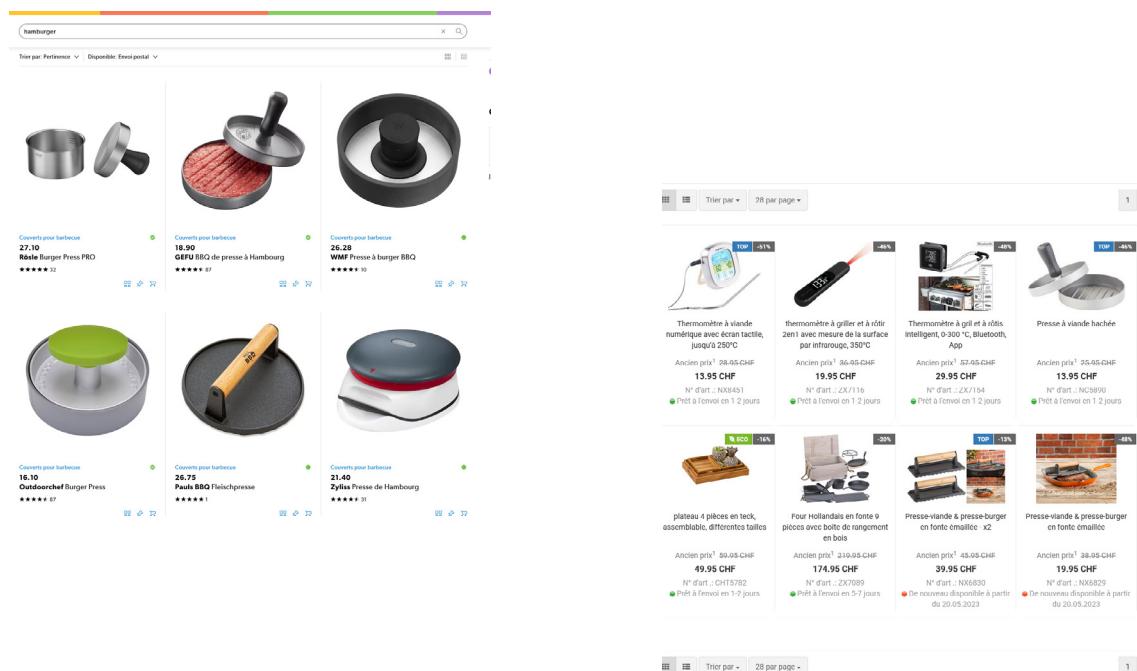
L'observation de la concurrence est importante pour notre site, car cela nous permet de mieux comprendre le marché sur lequel nous évoluons et les tendances du secteur. De plus, c'est une façon assurée d'identifier les forces et les faiblesses de nos concurrents et à élaborer une stratégie différenciée pour nous positionner sur le marché. Enfin, cela nous permet de déterminer les opportunités d'innovation et d'amélioration de nos produits pour répondre aux attentes de notre clientèle cible. En somme, une observation attentive de la concurrence est un élément clé pour assurer le succès de notre entreprise dans ce secteur en constante évolution.

Nous avons de la chance qu'il n'y a pas énormément de sites e-commerce focalisés uniquement sur les burgers. Cependant on peut certainement citer [Amazon](#), [AliExpress](#) et beaucoup d'autres sites de dropshipping comme potentiels concurrents. Bien que ces sites ne sont pas forcément spécialisés dans le monde du burger, ils en vendent tout de même des produits associés comme idées cadeaux ou encore des ustensiles.

Pour creuser un peu plus, nous avons divisé l'étude de la concurrence en trois axes principaux en fonction des trois types de produits vendus sur notre site : les ustensiles de confection de burgers, les livres de recettes et les goodies.

Ustensiles de confection

Au niveau de cette catégorie de produits, on pourrait citer deux concurrents principaux : [Galaxus](#) et [Pearl](#)



Projet E-Commerce

Galaxus

Galaxus est un site de commerce en ligne qui propose une large gamme de produits pour la maison et le jardin, y compris des ustensiles de cuisine. En tant que site e-commerce, il peut être considéré comme un concurrent indirect pour notre site qui se concentre sur les produits liés aux hamburgers.

Galaxus propose une grande variété d'ustensiles de cuisine, y compris des ustensiles pour la confection de hamburgers, ce qui peut être considéré comme une menace potentielle pour notre entreprise. Cependant, notre site se concentre sur une expérience d'achat en ligne spécialement conçue pour les amateurs de hamburgers, avec une présentation claire et intuitive des produits et une communauté en ligne dédiée à la culture du hamburger.

Il est donc important pour nous de nous différencier de la concurrence en mettant en avant notre expertise et notre engagement envers les produits liés aux hamburgers. Nous pouvons également offrir des produits de qualité supérieure, des livres de recettes exclusifs et des avantages pour les clients fidèles pour renforcer notre position sur le marché.

Pearl

Le site Pearl est un concurrent potentiel pour notre site en ce qui concerne les ustensiles de confection de hamburger maison. Pearl propose également une gamme complète d'ustensiles de confection comme des moules à hamburger, des spatules, des pinces à viande, etc. De plus, Pearl est également connu pour offrir des produits de qualité à des prix raisonnables, ce qui est un point attrayant pour les clients. Par conséquent, pour rester compétitifs, nous devons nous assurer de proposer une sélection d'ustensiles de confection de hamburger qui répondent aux attentes des clients en matière de qualité et de prix.

En concurrence avec le site Pearl, notre site doit s'assurer de proposer une offre de produits qui soit aussi complète et qualitative que celle proposée par la plateforme. Cela peut impliquer de faire des recherches sur les produits les plus populaires et les plus demandés, ainsi que de veiller à ce que nos produits répondent aux critères de qualité et de prix des clients. Nous devons également veiller à proposer des offres exclusives et des promotions pour attirer les clients et les fidéliser. Si nous ne faisons pas attention à notre concurrence, nous risquons de perdre des clients potentiels. Il est donc important pour nous de continuer à nous adapter et à améliorer notre offre de produits pour rester compétitifs dans ce marché.

Livres de recettes

Au niveau de cette catégorie de produits on pourrait citer deux concurrents principaux : [Fnac](#) et [Payot](#)

The screenshot shows a search results page on the Fnac website for the term "hamburger". The results are organized into two columns. The left column contains books like "Photographies d'un hamburger - broché" by Lucien Cottat and "Hamburgers, cônes et sandwichs - broché" by Thomas Félicet. The right column contains books like "Le livre Napoléon des hamburgers - broché" by Ted Haider and "Meilleur hamburger du monde (Lulu) - Poche" by Alexander McCall Smith. A sidebar on the right lists categories such as "Développement durable & écologie", "Nature, animaux", "Loisirs & jeux", "Santé, détente, sport", "Manger, manger à tête et dans son corps", "Cuisine, vins & boissons", "Théâtre, cinéma, géographie", "Art & spectacles", "Histoire, actualité", "Religions, spiritualité, métaphysique", "Sciences humaines et sociales", "Psychologie, psychanalyse, pédagogie", "Informatique, électronique", "Informatique & multimédia", "Santé, économie, gestion, comptabilité", "Société, politique, culture", "Langues, dictionnaires", "Vie quotidienne, vie pratique", "Agences & séjours", "Loisirs & accessoires", and "Coffrets cadeaux".

Fnac

La Fnac est un concurrent potentiel pour notre site en ce qui concerne les livres de recettes pour la confection de hamburgers maison. Le magasin propose une large sélection de livres de cuisine, y compris des livres sur les hamburgers, ce qui peut attirer les clients qui cherchent des idées et des recettes pour confectionner des hamburgers à la maison. De plus, la Fnac jouit d'une notoriété considérable, ce qui en fait un concurrent de taille.

Cela signifie que pour rester compétitifs, nous devons nous assurer de proposer une sélection de livres de recettes pour la confection de hamburgers qui se démarquent de ceux proposés par la Fnac. Nous pouvons le faire en offrant une sélection plus large ou en mettant en avant des livres exclusifs que les clients ne peuvent pas trouver ailleurs. Nous pouvons également offrir des promotions ou des remises sur les livres de recettes pour la confection de hamburgers pour inciter les clients à acheter auprès de nous plutôt que chez la concurrence ou mettre en lumière des auteurs moins connus.

Enfin, nous pouvons également nous concentrer sur la qualité de notre service client pour nous démarquer de la Fnac et offrir une expérience d'achat plus agréable pour les clients. En faisant cela, nous pouvons nous assurer que les clients reviennent acheter d'autres produits auprès de notre site.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Payot

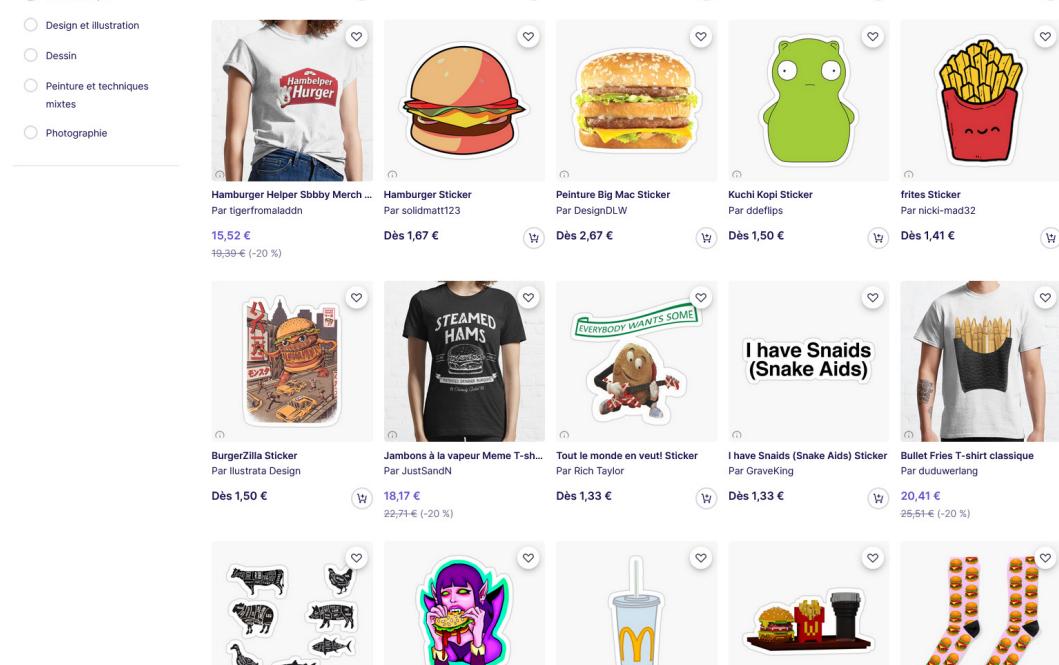
Le site de la librairie Payot peut être considéré comme un concurrent pour notre site en ce qui concerne les livres de recettes. Payot est une référence en matière de livres de cuisine, avec une large sélection de livres pour tous les niveaux de cuisine. Ils proposent également des livres de cuisine écrits par des chefs célèbres, ce qui peut attirer les clients à la recherche de recettes de qualité supérieure.

Pour notre stratégie nous devons donc nous assurer de proposer une sélection de livres de recettes qui se distingue de celle de Payot. En offrant, par exemple, des livres à des prix plus attractifs, en mettant en avant des livres de recettes moins connus ou en proposant une sélection de livres de recettes pour des types de cuisine spécifiques qui ne sont pas couverts par Payot. Nous devons également faire en sorte que notre site soit facile à utiliser et attrayant pour les clients qui cherchent des livres de recettes, afin de les inciter à faire leurs achats chez nous plutôt que chez Payot.

Ce dernier point soulève une grande opportunité pour Burgers Lovers, le site de Payot n'étant pas très moderne et assez difficile d'utilisation.

Goodies et accessoires

Au niveau de cette catégorie de produits, on pourrait citer deux concurrents principaux : [Redbubble](#) et [McDonald's](#)



Projet E-Commerce

03 STRATÉGIE

Redbubble

Redbubble est un concurrent potentiel pour notre site. Il s'agit d'un site de vente en ligne proposant une grande variété de produits dérivés tels que des t-shirts, des posters, des tasses, etc. Avec un grand nombre de designs de burgers proposés, Redbubble peut attirer les clients à la recherche d'articles de ce genre. De plus, Redbubble est connu pour offrir des produits personnalisables avec des designs uniques, ce qui peut attirer les clients qui cherchent des produits exclusifs.

Ainsi, pour maintenir notre avantage concurrentiel sur le marché, nous devons nous concentrer sur l'offre de produits originaux avec une qualité supérieure. De plus, une stratégie marketing solide peut aider à promouvoir notre marque et à attirer l'attention sur nos produits exclusifs. Pour rester compétitifs, nous devons nous assurer d'offrir une sélection de goodies liés aux burgers qui se démarquent par leur qualité, leur originalité et leur pertinence. Cela peut nécessiter une analyse approfondie de la concurrence et une adaptation constante de notre stratégie en conséquence pour rester attractifs pour nos clients.

McDonald's

McDonald's est considéré comme un concurrent pour notre site au niveau des goodies en rapport avec les burgers. En effet, cette chaîne de restauration rapide propose également des produits dérivés liés à sa marque, tels que des t-shirts, des casquettes, des porte-clés, etc. La marque peut ainsi attirer une partie de notre clientèle cible intéressée par ses produits dérivés liés.

Pour faire face à cette concurrence, nous devons nous assurer de proposer une sélection de goodies de qualité qui se démarquent de ceux proposés par McDonald's. Cela peut se faire en proposant des designs uniques, des matériaux de haute qualité et en veillant à ce que nos produits soient en adéquation avec les attentes des consommateurs en matière de style et de praticité. De plus, en mettant en avant la qualité de nos ingrédients et la saveur de nos recettes, nous pouvons établir une véritable identité autour de notre marque et attirer des clients qui cherchent une alternative aux produits dérivés proposés par McDonald's.

Projet E-Commerce

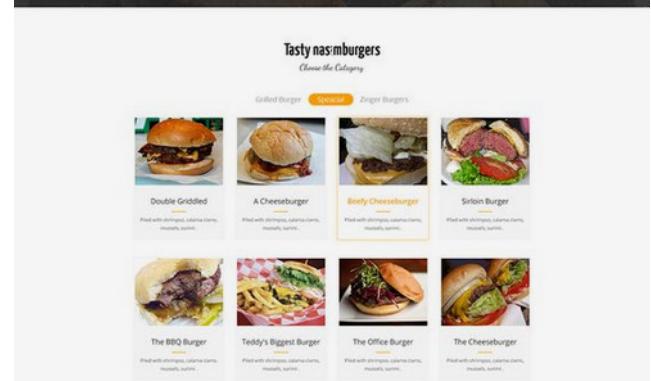
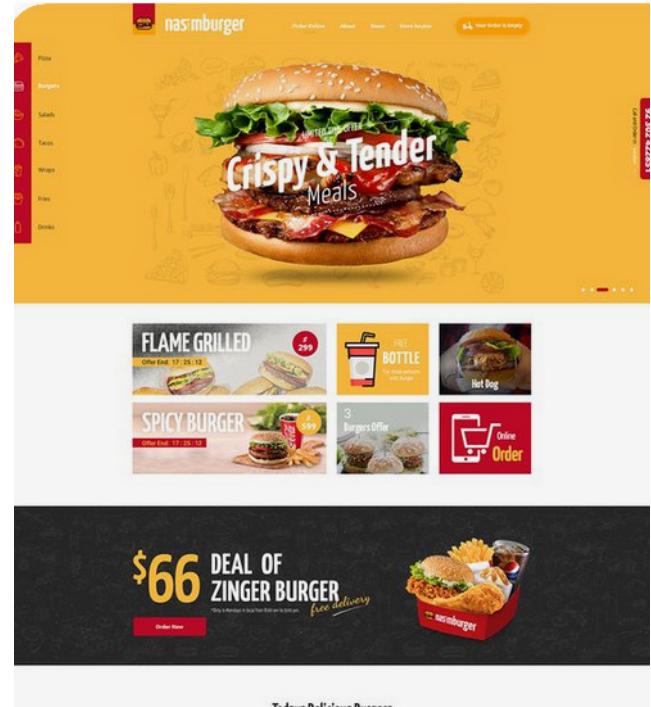
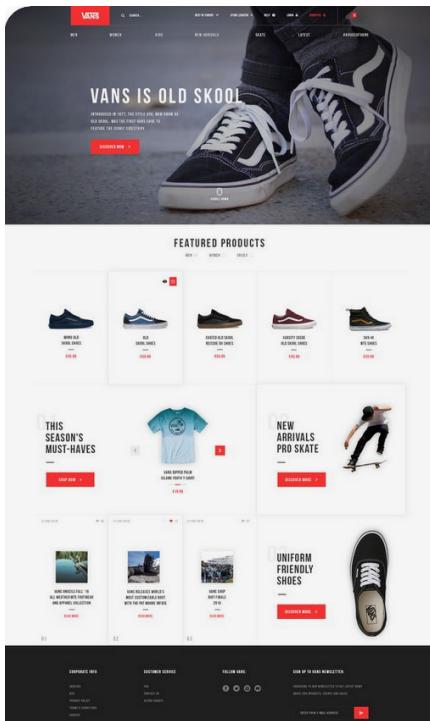
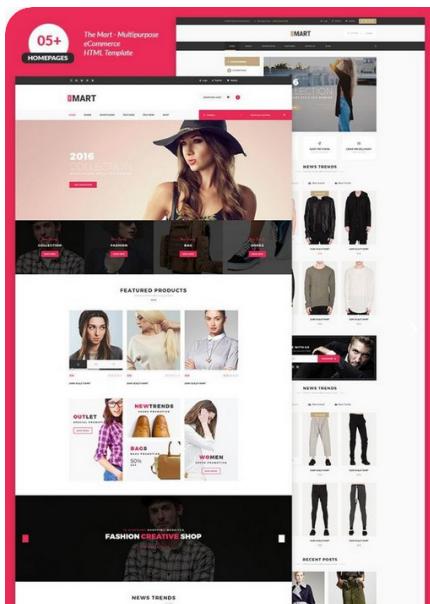
Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

03 STRATÉGIE

Inspiration

Pour obtenir le meilleur rendu pour notre site web, nous avons cherché de l'inspiration en ligne sur plusieurs plateformes comme [Pinterest](#) et [Dribbble](#). Nous avons retenu quelques images de ces plateformes et sont dépeints ci-dessous. De plus, nous nous sommes assez inspirés du site de [McDonalds](#) qui répond à notre envie de simplicité.

Pinterest



03 STRATÉGIE

Dribble

The screenshot shows a clean, modern e-commerce website layout. At the top, there's a navigation bar with links for Home, Today's Deals, Trending Products, Blog, and Special Offers. A search bar is positioned above the main content area. On the left, a sidebar titled "Browse Categories" lists various product categories like Cell Phones, Computers & Accessories, and Sports & Outdoors. The main content area features a large image of an Xbox Elite Wireless Controller Series 2 with a "Save 30%" badge. To the right of the image, the product details are displayed: \$139.99 (from \$179.99), a "Weekend Discount" badge, and a "Sold 15" counter. Below this, a timer shows "10 : 28 : 54". To the right of the controller, there are other products: JBL Music Speaker, Apple AirPods Pro, and MI Smart Compact Projector. A "Flash Sale" section on the right highlights items like a Hand 4 Pro smartwatch, a OnePlus 8 smartphone, and a Redmi Watch. The bottom right corner features a "Top Categories" section with icons for Speakers, Accessories, Computer, Audio & Video, and Tablet.

This screenshot displays a different e-commerce website. The top navigation includes links for Categories, Deals, What's New, Delivery, and a search bar. A prominent banner offers up to 50% off selected headphones. Below the banner, a section titled "Headphones For You!" shows various headphones with their prices and ratings. To the right, a "Review Item And Shipping" section provides a detailed breakdown of shipping costs and payment methods. A "Popular Categories" sidebar lists Furniture, Headphone, Shoe, Bag, Laptop, and Book. The bottom right corner shows a detailed product page for the AirPods Max, including a large image, price (\$449.00 or \$8.99/month), and a "Buy Now" button.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

03 STRATÉGIE

McDonald's

The banner features the McDonald's logo with a Swiss flag icon. Navigation links include Langue, Jobs, Engagement, App, Recherchez, Trouver un restaurant, Menu, McCafé, Promotions, Order&Pay, Fidélité, Famille, and McDelivery. The main headline reads: "L'app myMcDonald's te fait encore plus économiser!". Below it, text says: "Nous t'avons réservé des offres incroyables dans ton app myMcDonald's®. Découvre-les sans attendre!" with a "En savoir plus" button. A small note below says: "Clique ici pour voir les conditions". A navigation bar shows a left arrow, a play button, and a right arrow. To the right, there are three images of McDonald's meals: a double burger with fries, a meal in a red box, and a chicken sandwich.

As-tu déjà goûté nos burgers au poulet Homestyle Crispy Chicken ultra croustillants ?

Un poulet tendre et croustillant dans un savoureux pain brioché : savoure sans attendre le Homestyle Crispy Chicken Chargrill et le Homestyle Crispy Chicken Honey Mustard. Et tu sais quoi ? Ils existent aussi en version végétarienne, comme tous nos burgers au poulet !



Homestyle Crispy
Chicken Chargrill

Disponible avec du bacon

Commander



Homestyle Crispy
Chicken Honey
Mustard

Disponible avec du bacon

Commander



Homestyle Chargrill
Veggie

Toutes nos recettes Chicken existent en version végétarienne.

Commander



Restaurant

Venir dans un restaurant McDonald's®, c'est vivre une expérience unique. La convivialité, l'accueil, les aires de jeux et la qualité des produits feront de ces petits moments des souvenirs inoubliables.



McDrive®

Tu as une petite faim ? Une envie gourmande ? Mais tu n'as pas le temps de t'arrêter ? Le McDrive® est la solution ! Commande depuis ta voiture directement et reprends la route avec ton repas préféré !

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Produits

Pour notre site, nous sommes restés sur notre idée de départ en proposant des produits pour les trois catégories suivantes : ustensiles de confection de burger maison, livres de recettes et la double catégorie goodies/accessoires.

Confection

Nous croyons que la catégorie d'ustensiles de confection burger maison est particulièrement pertinente pour notre site, car elle répond à un besoin croissant de la part des consommateurs de cuisiner à la maison. Les gens cherchent à éviter les fast-foods et à préparer leur propre nourriture, ce qui est plus sain et plus économique. En offrant une gamme complète d'ustensiles pour la confection de burgers, nous aidons les consommateurs à réaliser leur souhait de cuisiner à la maison en leur fournissant tout ce dont ils ont besoin pour préparer des burgers délicieux et décents.

Nos produits sont de haute qualité, ce qui garantit une longue durée de vie et une utilisation facile. De plus, nous proposons une variété de tailles et de formes différentes pour répondre à tous les besoins et à toutes les tailles de famille. Nous sommes fiers de proposer des produits de qualité qui peuvent être utilisés pour préparer des burgers maison délicieux pour des années à venir. En fin de compte, notre gamme d'ustensiles pour la confection de burgers maison est une excellente option pour les consommateurs qui cherchent à éviter les fast-foods et à cuisiner à la maison en toute simplicité.

Exemple de produits



Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

03 STRATÉGIE

Recettes

La catégorie «Livres de recettes» est un élément clé de notre site web. Nous offrons une sélection de livres de recettes consacrés aux burgers, qui couvre tout, des burgers classiques aux burgers les plus originaux. Les livres comprennent des recettes détaillées, des photos et des astuces pour la confection de burgers parfaits.

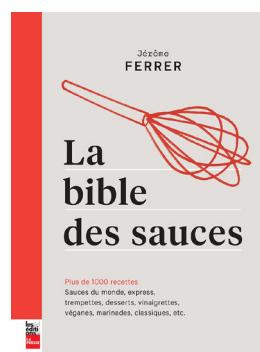
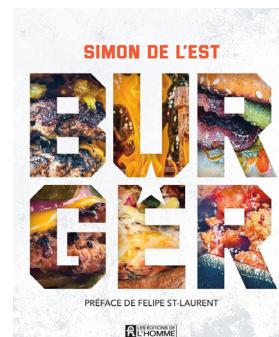
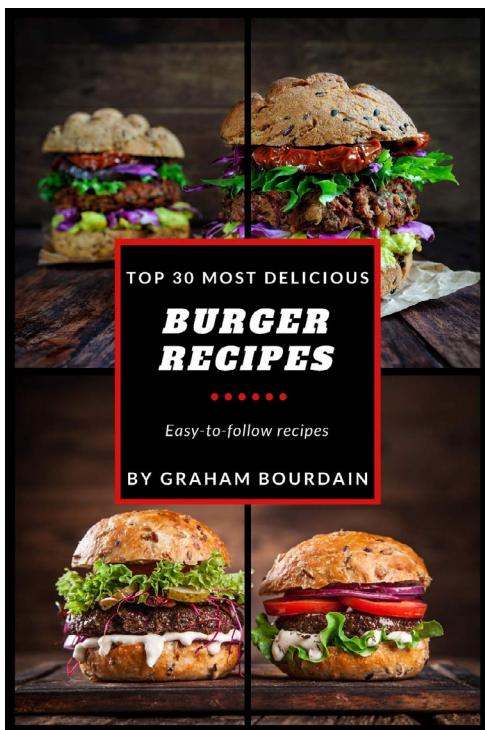
Nous comprenons que les burgers sont plus qu'un simple morceau de viande entre deux tranches de pain. C'est pourquoi nous avons sélectionné des livres qui couvrent une variété de styles, de techniques et d'ingrédients. Du burger végan aux burgers à la viande d'agneau, nous avons une recette pour chaque occasion.

Notre sélection de livres de recettes est parfaite pour les passionnés de burgers à la maison, les professionnels de la cuisine et les débutants. Avec des instructions détaillées et des images attrayantes, ces livres sont une source inépuisable d'inspiration pour des soirées barbecue, des dîners en famille ou tout simplement pour une soirée burger entre amis.

Enfin, en achetant l'un de nos livres de recettes, les clients soutiennent des auteurs passionnés et talentueux qui partagent leur amour pour les burgers avec le monde entier.

Pour notre site web, nous avons utilisé l'intégration d'Amazon pour ces produits à cause de l'absence de cette catégorie sur AliExpress. À long terme, il serait intéressant de développer des partenariats.

Exemple de produits



Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Goodies et accessoires

Notre catégorie goodies/accessoires regroupe des articles de marchandising à l'effigie de notre marque ainsi que d'autres produits liés au burger, mais non liés à notre marque. Nous proposons une variété de produits tels que des pulls, des casquettes, des bouteilles, des porte-clés, des peluches, etc. qui peuvent être achetés pour compléter la collection de produits burger.

Nous croyons que ces articles peuvent être très utiles pour les amateurs de burgers, car ils permettent de montrer leur passion pour ce mets emblématique. De plus, ces produits sont de haute qualité et conçus pour durer, ce qui les rend parfaits pour les collectionneurs et les amateurs de cuisine. Enfin, les prix abordables de ces articles en font un choix judicieux pour ceux qui cherchent à étendre leur passion pour les produits burger sans dépenser une somme importante.

Sur le site, pour des raisons pratiques, nous avons présenté ces différents produits dans deux catégories différentes appelées goodies pour les produits Burger Lovers et accessoires pour tout le reste.

Exemple de produits



Projet E-Commerce

Logo

Le logo est un élément crucial pour la marque d'un site e-commerce, car il peut aider à renforcer l'identité de la marque et à la faire reconnaître rapidement par les clients. Pour notre site de produits liés au hamburger, un bon logo doit être simple, mémorable et représentatif de la culture du hamburger.

Les points clés d'un bon logo pour notre site incluent :

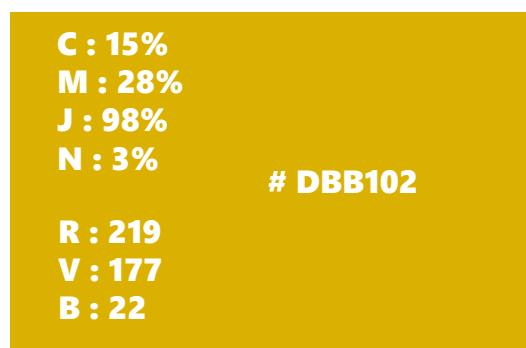
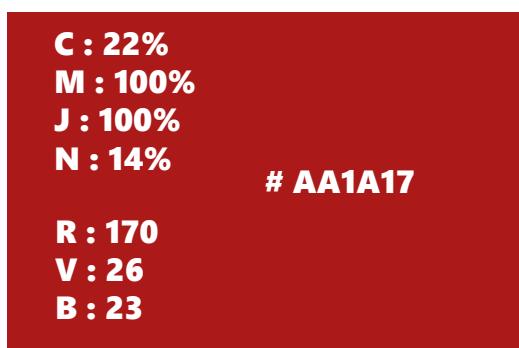
- **Simplicité** : Un logo simple peut être facilement reconnu et mémorisé, ce qui peut aider à renforcer la notoriété de la marque.
- **Représentation visuelle** : Le logo doit représenter visuellement la culture du hamburger en utilisant des images telles que des hamburgers, des assiettes ou des ustensiles de cuisine.
- **Flexibilité** : Le logo doit être adaptable à différents formats et tailles pour être utilisé efficacement sur différents supports de marketing, tels que les réseaux sociaux, les pages produits et les campagnes publicitaires.
- **Consistance** : Le logo doit être cohérent avec les autres éléments de la marque, tels que les couleurs et les polices, pour renforcer la cohérence de la marque.

Notre logo

Pour notre logo, nous nous sommes inspirés, d'une part des fameux visuels hipsters ronds très utilisés dans le milieu du burger artisanal. Cependant, nous ne voulions pas rentrer trop dans le cliché et avons décidé d'opter pour des traits assez et des formes plus modernes et, au niveau des couleurs, nous nous sommes inspirés des couleurs des grands fast foods en utilisant du rouge et du jaune.

Les couleurs

Les deux couleurs utilisées pour notre logo sont les suivantes :



Logo principal

Voici le logo principal pour notre site web.

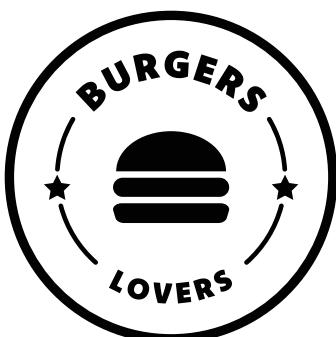


BURGERS LOVERS



Logo monochrome

Voici le logo monochrome pour notre site web.



BURGERS LOVERS



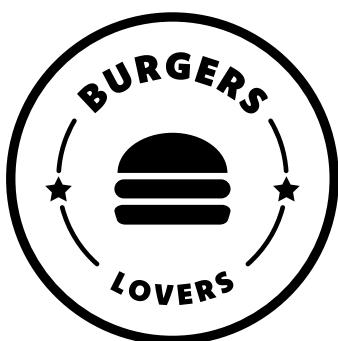
Logo simplifié

Voici le logo simplifié, notamment utilisé sur les réseaux sociaux.



Logo simplifié monochrome

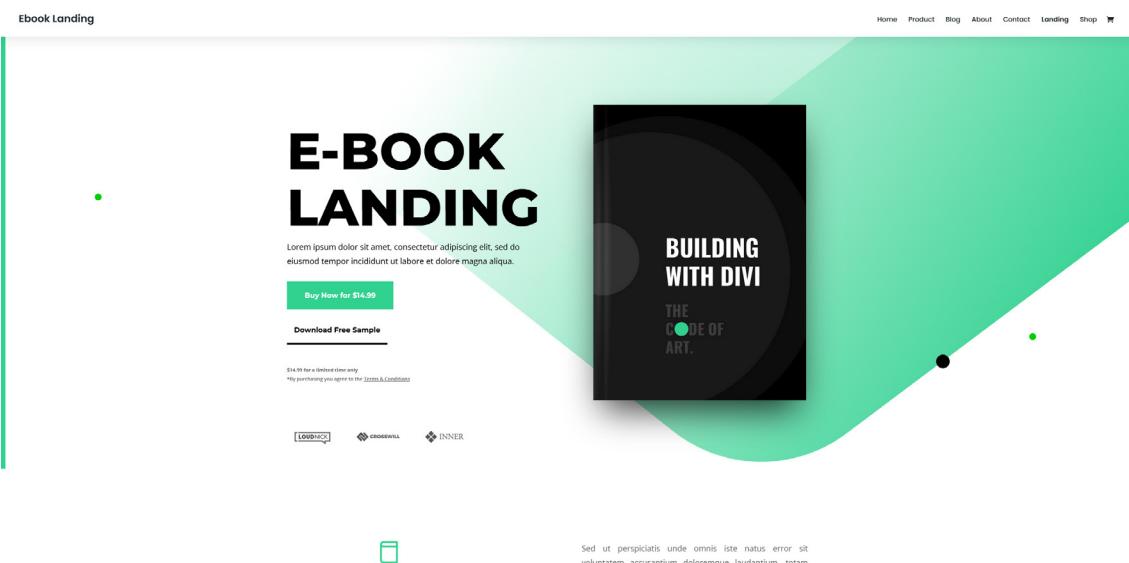
Voici le logo simplifié en monochrome.



04 IDENTITÉ

DIVI

Le thème [DIVI](#) est un thème WordPress hautement personnalisable qui offre une grande flexibilité pour la conception et la mise en place d'un site web. Ce thème convient parfaitement aux sites e-commerce en raison de sa compatibilité avec WooCommerce, les permissions qu'il offre pour la personnalisation rapide et la facilité en termes de mise en page. De plus, tous ces points n'obscurcent pas les différentes fonctionnalités.



L'un des avantages les plus importants d'utiliser DIVI pour notre site e-commerce est la possibilité de créer des pages de produits attrayantes et convaincantes. Le thème offre une variété d'options de mise en page, permettant une présentation claire et efficace de nos produits. De plus, avec des outils de conception intuitifs, nous pouvons facilement personnaliser les pages pour les adapter à notre marque et à notre image.

DIVI offre également une grande flexibilité en termes de fonctionnalités. Le thème permettant d'intégrer facilement des éléments tels que des formulaires de contact, des galeries d'images et des vidéos pour présenter nos produits et notre marque.

En conclusion, l'utilisation du thème DIVI pour le site Burgers Lovers est un choix judicieux pour améliorer la présentation de nos produits, faciliter la personnalisation de la mise en page et maximiser les fonctionnalités de notre site.

Projet E-Commerce

UX

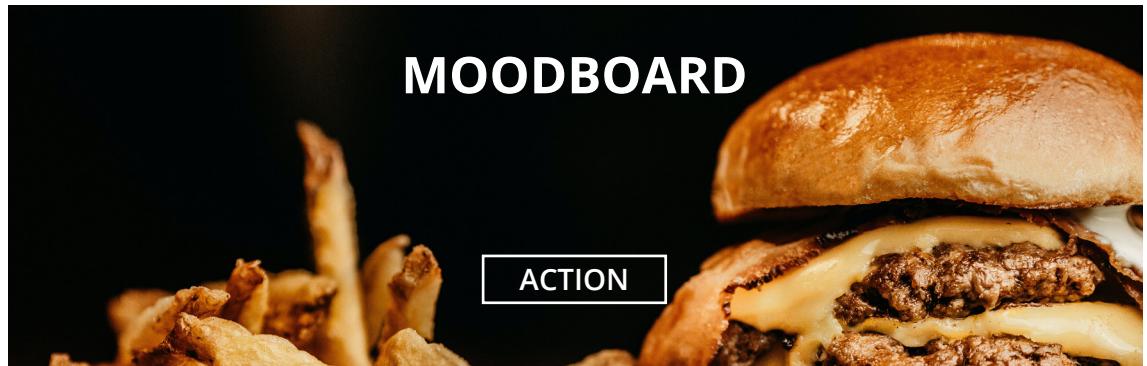
Pour améliorer l'expérience utilisateur sur notre site, nous devons nous concentrer sur plusieurs aspects clés de l'ergonomie.

Tout d'abord, il est important d'avoir une navigation claire et intuitive, permettant aux utilisateurs de trouver facilement les produits et les informations qu'ils recherchent. Cela peut être réalisé en utilisant une structure de navigation logique et en fournissant des étiquettes de menu claires. Notre menu comportera donc principalement le lien pour l'accueil, le lien pour la boutique avec trois sous-menus pour les catégories et le lien pour le blog. De plus, il y aura le lien «About us», contact, mon compte avec les sous-menus commandes et déconnexion ainsi que les icônes panier et recherche.

De plus, l'interface de notre site doit être attractive et professionnelle, offrant une apparence cohérente pour renforcer la confiance des utilisateurs en notre marque. Pour ce faire, nous devons choisir soigneusement les couleurs, les polices et les images qui seront utilisées sur notre site. Nous avons décidé de rester simples en utilisant principalement du blanc, du noir et le rouge présent dans notre logo au niveau des couleurs. La police Komet, utilisée pour le logo, était un peu chargée pour une bonne expérience en ligne. Nous avons décidé de la remplacer par Open Sans pour garantir une bonne ergonomie. Nous essayons, de plus, d'utiliser des images de bonne qualité pour éviter de piétiner l'expérience utilisateur.

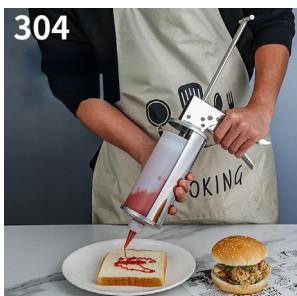
Enfin, il est important de veiller à ce que notre site soit rapide et réactif, sans temps de chargement excessif pour les pages ou les images. Cela peut être accompli en optimisant les images et en utilisant des technologies telles que le cache pour accélérer le temps de chargement du site. De plus, nous devons également veiller à ce que notre site soit compatible avec les appareils mobiles, ce qui est de plus en plus important à mesure que de plus en plus d'utilisateurs accèdent à internet à partir de leurs smartphones et tablettes.

Pour le visuel de notre site, nous avons créé le moodboard visible à la page suivante pour avoir un support sur lequel se baser lors de la création des différentes pages.



Simplicité

Le visuel du site sera conçu pour être simple, clair et direct. La simplicité est souvent associée à l'efficacité et la sophistication, ce qui donne une bonne impression aux utilisateurs. Cela signifie que nous minimiserons les distractions visuelles telles que les images animées, les effets de défilement et les polices flamboyantes.



Button

Mise en évidence

#AA1A17

OPEN SANS

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

Couleur secondaire

#E5D6B1

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Choix de mise en page

Au niveau des wireframe, nous nous sommes concentrés sur les deux pages du site les plus importantes à nos yeux : la page d'accueil et les pages produits.

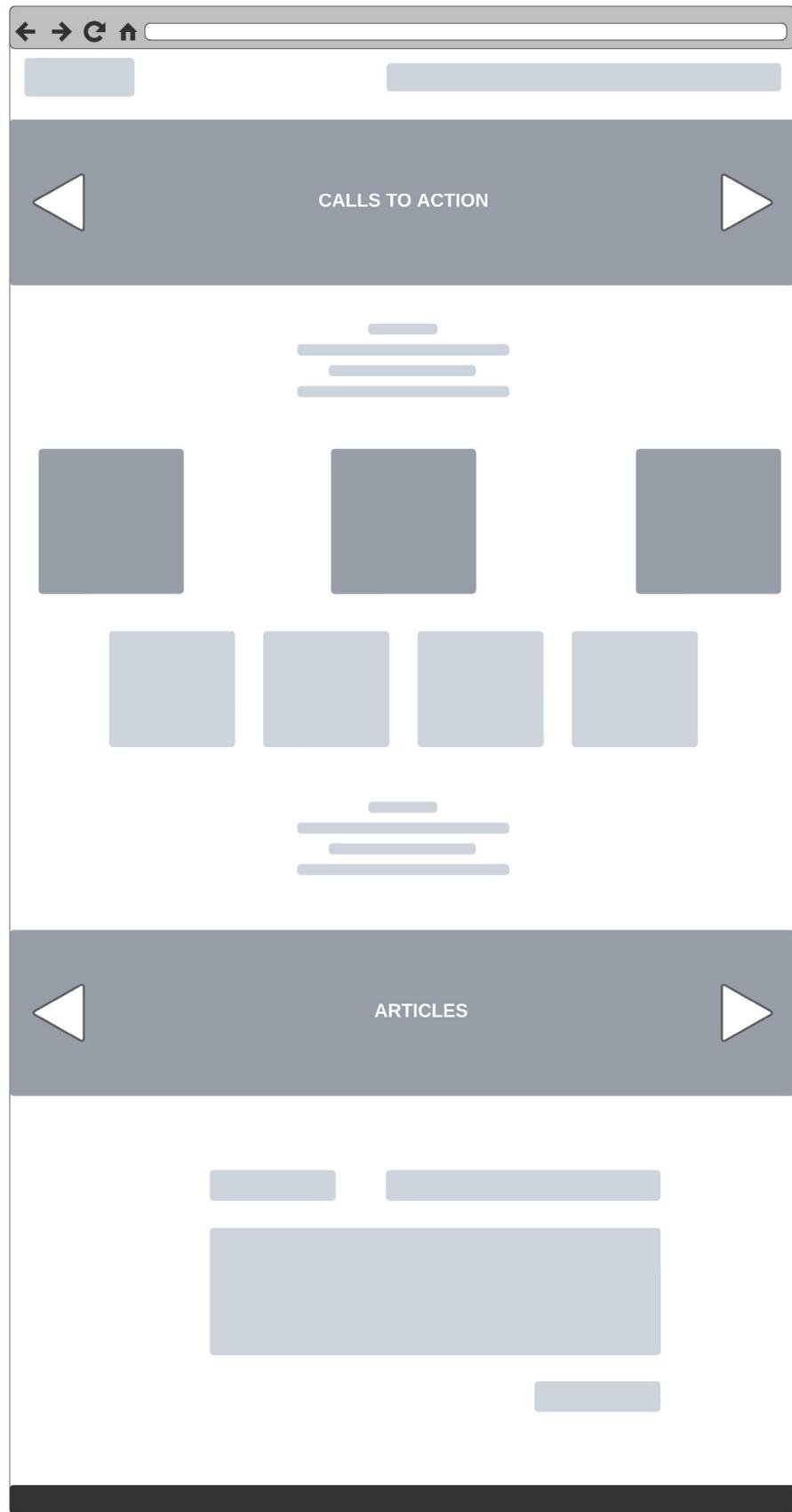
En ce qui concerne la page d'accueil, nous avons décidé de commencer avec, comme les normes le requièrent, le logo aligné à gauche et le menu qu'on a délibérément essayé de garder simple et intuitif. Ensuite nous voulons intégrer une bannière défilante et y intégrer des call to action. Un petit texte de bienvenue suivi des liens vers les différentes catégories et quelques produits mis en avant. Par la suite, nous comptons mettre en avant nos articles puis un formulaire de contact. La page d'accueil se termine avec le pied de page dans lequel l'utilisateur peut trouver les conditions de vente, la politique de confidentialité, quelques liens sociaux et le copyright.

Pour les pages produits, nous voulions rester simples comme sur le reste du site avec la galerie du produit à gauche. À droite, nous avons intégré le titre du produit, les notes, la description, le prix et la fonction d'ajout au panier. En dessous de cette section, on retrouve plus d'informations sur les produits, les avis puis quelques produits associés.

Les différents wireframe sont visibles aux pages suivantes. Il est important de noter que la page d'accueil a un peu évolué au cours du produit. En effet, nous avons intégré une section dédiée aux réseaux sociaux.

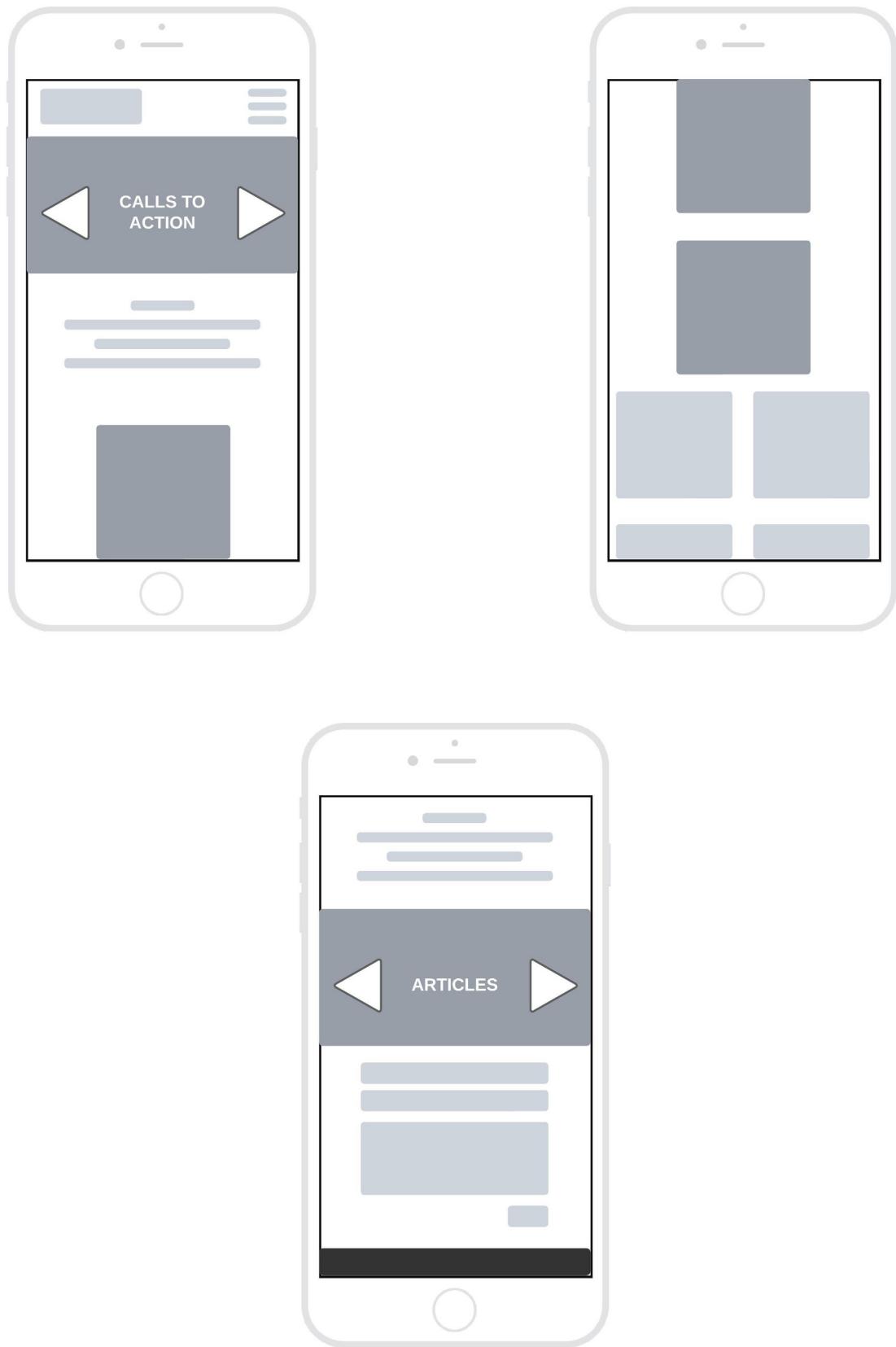
04 IDENTITÉ

Wireframe accueil desktop



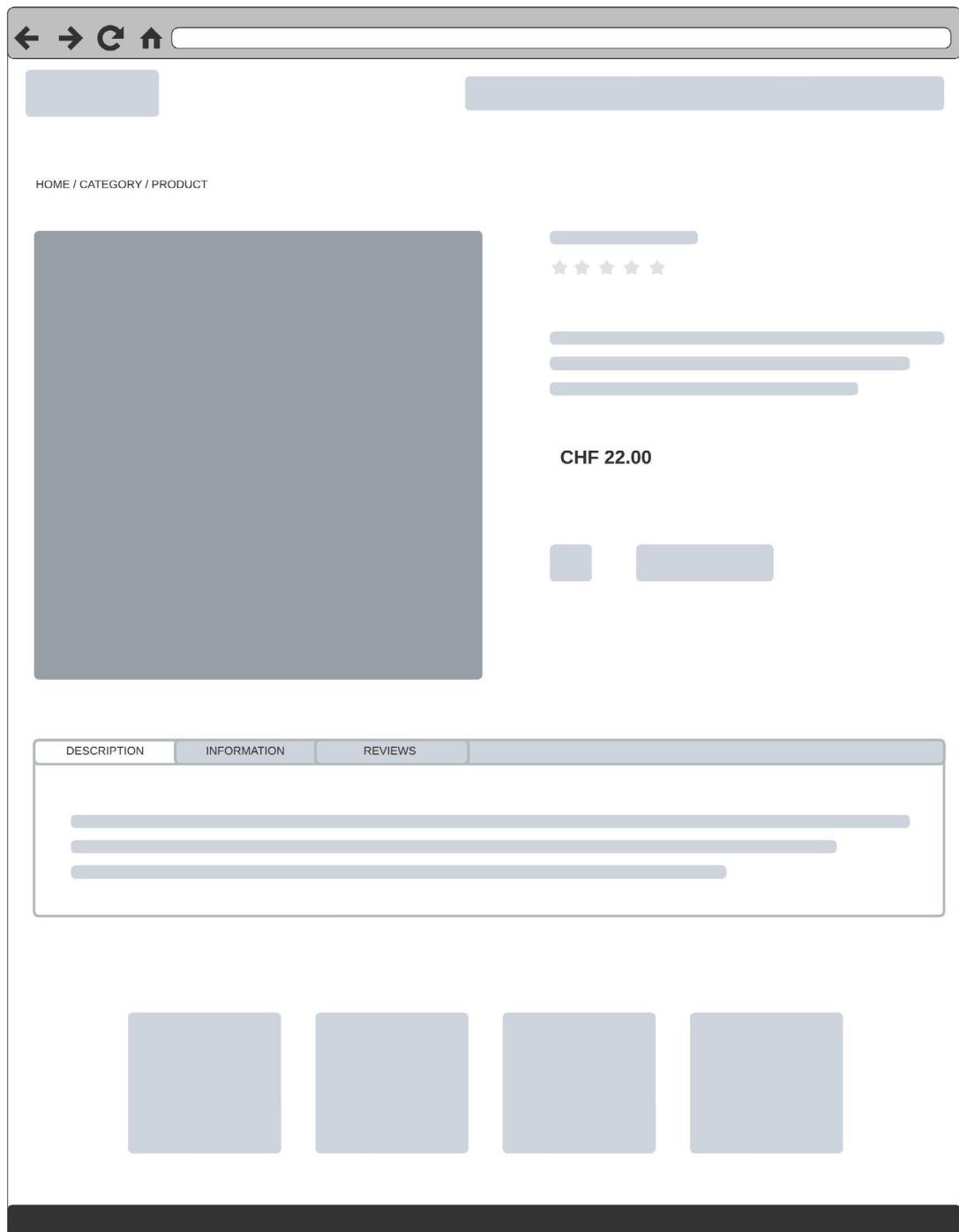
04 IDENTITÉ

Wireframe accueil mobile



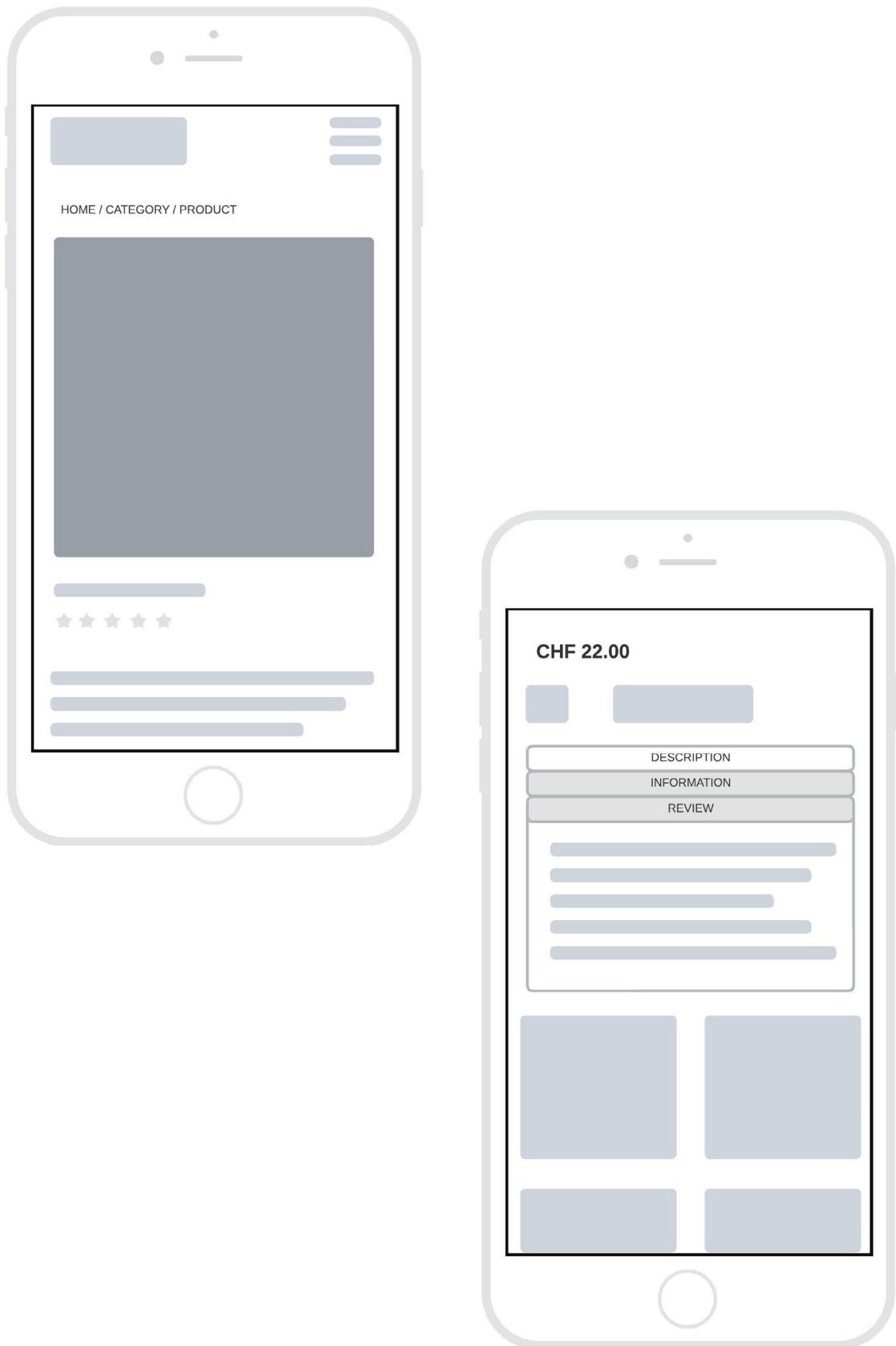
04 IDENTITÉ

Wireframe page produit desktop



04 IDENTITÉ

Wireframe page produit mobile



Articles

Étant un site commercialisant des produits autour de l'univers du burger, nous avons voulu garder une dynamique sympathique pour les articles. Pour ce faire, nous partageons des recettes et des conseils pour faciliter l'élaboration des burgers.

Les outils

Nous avons choisi de faire un article sur les outils, car il peut être utile de deux façons. Pour la première il s'agit d'informer à quoi servent certains outils et pourquoi il est bien de les avoir si la personne passe par le blog avant le shop, pour la deuxième il permet d'informer à quoi servent les articles et quels sont leurs bénéfices si une personne est passée sur le shop avant le blog. On y ajoute aussi des vidéos youtube démontrant l'utilisation de certains outils pour qu'un novice puisse aussi les utiliser ainsi que des liens sur les titres redirigeant sur notre shop. [Voir l'article](#).

05 CONTENUS



HOME BOUTIQUE ▾ BLOG À PROPOS CONTACT MON COMPTE ▾ ⚡ 🔎

Quels outils utiliser pour faire mes burgers?

par Miguel Martins Quinteiro | Fév 20, 2017 | Uncategorized | 0 commentaires



Bonjour !

Vous êtes fan de burger mais les vôtres ne sont pas aussi esthétiques que ceux que vous voyez dans les pubs ou sur Instagram? Vous avez peur d'acheter des outils et de ne pas réussir à les manier? Ce guide est fait pour vous!

La presse à hamburger

Cette presse n'est d'autres que l'outil clé pour vos burgers! Elle vous permettra non seulement de tous les faire à la même taille, mais aussi d'y appliquer une certaine pression ce qui les lira et les empêchera de se casser!

Retrouvez cet article sur notre shop!



Le papier à burger et frites

Ce papier sulfurisé est la clé pour épater vos amis! Il vous permettra de ne pas vous salir les mains en prenant votre burger, de ne pas faire tomber de sauce lorsque vous tapez votre meilleure morsure, d'éponger la graisse des frites et, avant tout, d'avoir la classe auprès de vos amis avec cet imprimé style journal!

Retrouvez cet article sur notre shop!

Porte-hamburger en silicone

Vous ne voulez pas vous salir les mains? Mais vous ne voulez pas non plus gâcher du papier! On a la solution!

Ce porte-hamburger en silicone vous permet de tenir votre burger fermement, et cela sans rien laisser tomber!

Plutôt ingénieux n'est-ce pas? Mais vous n'avez pas encore tout vu! Étant en silicone, ce porte-hamburger est lavable et recyclable, alors dites au revoir aux déchets!

Retrouvez cet article sur notre shop!

Les galettes de papier huilé

Ces galettes sont un des incontournables pour tous les lovers de burgers! Elles vous permettent de faire en sorte qu'ils ne collent pas entre eux si vous souhaitez les congeler. Elles sont aussi pré-huileées ce qui vous permet de les utiliser pour cuire votre burger et le retourner facilement.

Retrouvez cet article sur notre shop!

Les bouteilles à sauces

Vous faites vos sauces maison mais ne savez pas comment les entreposer? Achetez ces superbes bouteilles en plastique, vous pourrez les dévisser pour les remplir plus facilement. Un capuchon est aussi attaché à la bouteille, alors plus de coulures ni de bouchons perdus!

Retrouvez cet article sur notre shop!

Le maillet

Un marteau premium en acier inoxydable qui vous permettra d'aplatir et d'attendrir votre viande pour la hacher plus facilement, un incontournable!

Retrouvez cet article sur notre shop!

Les moules pour buns

Vous voulez faire vos buns maison et en avez marre qu'ils soient tous différents? Vous voulez qu'ils soit esthétiques pour votre prochain post sur les réseaux? On a la solution! Ces moules vous permettront de bien faire pousser vos buns vers le haut, ils seront donc bien ronds au-dessus et bien plats au-dessous.

Retrouvez cet article sur notre shop!

Le pistolet à sauces

Vous voulez faire une après-midi barbecue avec vos amis et avoir l'air d'un pro? Vous voulez mettre de la sauce sur plusieurs burgers et cela de manière rapide? Le pistolet à sauces est ce qu'il vous faut. La bouteille du pistolet vient avec un bouchon, ce qui vous permettra de l'utiliser seule ou avec le pistolet.

Retrouvez cet article sur notre shop!

La fameuse spatule

Le dernier élément qu'il manque dans votre cuisine ou dans votre barbecue sûrement. Une spatule plate qui pourra décrocher votre hamburger sans le casser et servira aussi de grattoir pour votre plancha!

Voilà, maintenant que vous avez toutes les clés en main il ne reste plus qu'à passer à l'action et à poster vos meilleures stories sur Instagram!

Retrouvez cet article sur notre shop!

Rechercher

Recent Posts

Comment bien assaisonner son burger?

Le relish dont on vous parle tant

La fameuse sauce Big Mac !

Quels outils utiliser pour faire mes burgers?

Recent Comments

Pablo Crotti sur Pistolet à sauce

Pablo Crotti sur Presse à hamburgers

La fameuse sauce BigMac

Nous avons choisi de réaliser un article sur la sauce BigMac, car McDonald's est une des enseignes mères ayant propulsé le burger à l'échelle mondiale. De ce fait, beaucoup de personnes aiment et recherchent la fameuse sauce BigMac. Nous nous sommes donc dit que cela pouvait être pertinent, au travers de la SEO, si l'on pouvait tomber sur notre site web en recherchant l'élaboration de cette sauce. [Voir l'article.](#)



HOME BOUTIQUE ▾ BLOG À PROPOS CONTACT MON COMPTE ▾

La fameuse sauce Big Mac !

par Miguel Martins Quinteiro | Fév 1, 2023 | Uncategorized | 0 commentaires



Vous êtes fan du Big Mac? Vous voulez retrouver son goût iconique, mais ne savez pas comment vous y prendre? On vous dévoile le secret!

Ingrédients nécessaires pour 8 personnes:

- 175 ml de mayonnaise américaine
- 1 cuillère à soupe de moutarde américaine
- 2 cuillères à soupe de relish
- 1 cuillère à café de vinaigre blanc
- 1 cuillère à café de poudre d'oignons
- 1 cuillère à café de poudre d'ail
- 1 cuillère à café de paprika

Mais le relish c'est quoi? Le relish n'est d'autres qu'une préparation sucrée et vinaigrée de légumes émincés. Vous pouvez facilement en trouver chez vos grossistes internationaux. Si vous voulez la faire chez vous, nous vous redirigeons vers [notre article](#) (ouverture dans un nouvel onglet) concernant cette préparation.

Une fois les ingrédients préparés, la recette est très simple. Il vous suffira de mélanger la mayonnaise, la moutarde et le relish dans un récipient puis d'y incorporer le vinaigre blanc. Pour finir, mélangez bien les épices et mettez le récipient au frigo pendant une heure environ afin de bien figer le tout. Et voilà! Vous avez une sauce Big Mac comme au McDonald's!

Source
<https://www.recette-americaine.com/sauces/sauce-big-mac.php#gref>

Rechercher

Recent Posts

[Comment bien assaisonner son burger?](#)

[Le relish dont on vous parle tant](#)

[La fameuse sauce Big Mac!](#)

[Quels outils utiliser pour faire mes burgers?](#)

Recent Comments

Pablo Crotti sur Pistolet à sauce

Pablo Crotti sur Presse à hamburgers

La sauce relish

Nous avons décidé de faire un article de recette de sauce relish après avec fait celui sur la sauce BigMac, car c'est un élément important concernant cette sauce. Cela permet donc au visiteur de rester sur le site pour finaliser l'élaboration de la sauce ce qui augmente le temps qu'il reste sur le site et peut mener à un achat. [Voir l'article](#).

- [HOME](#)
- [BOUTIQUE](#)
- [BLOG](#)
- [À PROPOS](#)
- [CONTACT](#)
- [MON COMPTE](#)
-
-

Le relish dont on vous parle tant

par Miguel Martins Quinteiro | Fév 1, 2023 | Uncategorized | 0 commentaires

Vous n'arrivez pas à trouver de la relish et cherchez comment faire? Alors ne cherchez plus, nous vous donnons la réponse tant attendue.

Pour 8 doses:

- 1 concombre et demi
- 0.5 oignon blanc
- 53gr de sucre en poudre
- 53ml de vinaigre blanc
- 13ml d'eau
- 1.2 pincées de curcuma
- 1.5 pincées de gingembre en poudre
- 1 cc de moutarde
- 1.5 pincées de sel

Râpez le concombre et l'oignon et placez-les dans un chinois afin de bien faire égoutter le mélange. Saupoudrez le tout de sel et laissez reposer au moins une heure. Le sel va agir et aider à égoutter le tout.

Reprenez votre mélange et mettez-le dans un linge propre afin de le presser et d'enlever l'excédent final d'eau.

Une fois essoré, vous pouvez mettre le mélange et le reste d'ingrédients dans une casserole et faites cuire le tout à feu doux durant 10 minutes tout en remuant le mélange.

Placez ensuite la préparation dans un bocal en verre et laissez refroidir. Vous avez maintenant un relish fait maison prêt à être conservé et consommé.

Source

<https://www.ptitchef.com/recettes/accompagnement/comment-faire-de-la-sauce-relish-maison-fid-1575705>

Rechercher

Recent Posts

Comment bien assaisonner son burger?
Le relish dont on vous parle tant
La fameuse sauce Big Mac !
Quels outils utiliser pour faire mes burgers?

Recent Comments

Pablo Crotti sur Pistolet à sauce
Pablo Crotti sur Presse à hamburgers

Comment bien assaisonner son burger

L'assaisonnement du burger est une étape cruciale dans la confection. Il semblait dès lors naturel de le propulser sur nos médias. [Voir l'article](#).



HOME BOUTIQUE ▾ BLOG À PROPOS CONTACT MON COMPTE ▾

Comment bien assaisonner son burger?

par Miguel Martins Quinteiro | Fév 1, 2023 | Uncategorized | 0 commentaires



Vous voulez un burger qui a le même goût que celui de votre restaurant préféré? Nous vous donnons la recette du burger parfait selon nous.

Ingédients pour 4 burgers:

- 600 gr de viande hachée
- 1 oeuf
- 1 cc d'ail en poudre
- 1 cs de parmesan
- 1 oignon frais
- 1 cc de sauce Worcestershire
- Sel et poivre à votre convenance

Vous allez commencer par ciserer votre oignon blanc finement. Vous pouvez ensuite bien mélanger tous les ingrédients dans un récipient. Pour bien former vos steaks hachés prenez environ 150g à 200g de mixture et formez une boule. il ne reste plus qu'à les aplatis pour leur donner leur forme tant connue.

Vous pouvez dès à présent mettre vos hamburgers à réfrigérer au minimum 30 minutes pour bien les raffermir et il ne vous reste plus qu'à les passer au grill !

Rechercher

Recent Posts

[Comment bien assaisonner son burger?](#)

[Le relish dont on vous parle tant](#)

[La fameuse sauce Big Mac !](#)

[Quels outils utiliser pour faire mes burgers?](#)

Recent Comments

Pablo Crotti sur Pistolet à sauce

Pablo Crotti sur Presse à hamburgers

05 CONTENUS

Autres contenus

À propos

[La page](#)

Fondée en 2023, Burgers Lovers est une entreprise composée de trois étudiants à la HEIG-VD (Haute École d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud) en Ingénierie des médias à Yverdon-les-Bains.

Burgers Lovers souhaite partager la passion du burger avec les internautes et sa clientèle par le biais d'article de blog et d'accessoires qui vous permettrons de cuisiner ce plat de manière plus agréable, plus originale.

Les valeurs écologiques nous tiennent à cœur, c'est pour cela que nous choisissons des partenaires d'hébergement et de transport qui ont la même vision que nous. De plus nous essayons, autant que possible, de vous fournir des produits biologiques ou durables.

Nous proposons également des accessoires à l'effigie de ce plat si simple et pourtant tellement apprécié dans le monde entier.

Conditions Générales de Vente
(CCV)

Protection des données

F.A.Q.

Site fictif réalisé dans le cadre d'un projet d'étude. Aucune commande ne sera honorée.
© 2023 Burgers Lovers - Tous droits réservés

f t i w

Contact

[La page](#)

Contact

Nous sommes disponibles pour répondre à toutes vos demandes.

Nom Adresse e-mail

Message

3 + 14 = Envoi

Conditions Générales de Vente
(CCV)

Protection des données

F.A.Q.

w

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

05 CONTENUS

FAQ

[La page](#)

The screenshot shows a website header for "BURGERS LOVERS" with links for HOME, BOUTIQUE, BLOG, A PROPOS, CONTACT, and MON COMPTE. Below the header is a section titled "F.A.Q." which translates to "Foire aux questions". This section contains a list of questions in French, each with a small circular icon to its right:

- Qui êtes-vous ?
- Faites-vous des livraisons le jour même ?
- Comment sont calculés les frais de port ?
- Quelles sont les modalités de paiement ?
- Êtes-vous éco-responsables?
- Je rencontre un problème sur le site, que faire ?
- Que pensez-vous des burgers ?

At the bottom of the page, there is a dark footer bar with links to "Conditions Générales de Vente" (CGV), "Protection des données", and "F.A.Q.". It also includes a note about the site being fictitious and copyright information. Social media icons for Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp are located on the right side of the footer.

Projet E-Commerce

37

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Conditions générales

La page

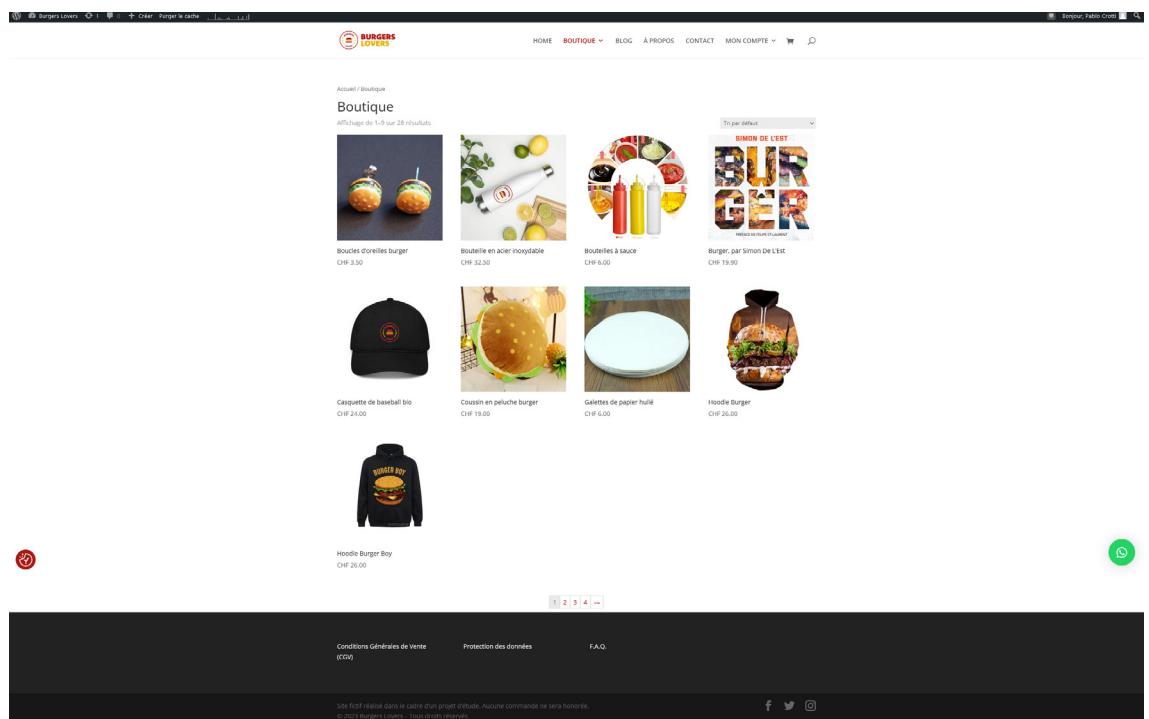
The screenshot shows the Burgers Lovers website's Terms and Conditions page. At the top, there is a navigation bar with links to HOME, BOUTIQUE, BLOG, À PROPOS, CONTACT, MON COMPTE, and a search icon. The main content area is titled "Conditions Générales de Vente". Below this, there are 16 numbered articles, each with a title and a detailed description. The articles cover topics such as the object of the contract, products, prices, command, payment, delivery, return and refund, responsibility, confidentiality, modifications, applicable law, arbitration, withdrawal rights, non-responsibility clause, non-cessibility clause, and acceptance of terms and conditions. At the bottom of the page, there is a footer with links to Conditions Générales de Vente (CCG), Protection des données, F.A.Q., and social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram.

05 CONTENUS

Les captures qui suivent ont été insérées à la toute fin du projet pour montrer les autres pages importantes créées.

Boutique

[La page](#)



Projet E-Commerce

39

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

05 CONTENUS

Produit

La page

The screenshot shows a product page for a "Casquette de baseball bio" (CHF 24.00). The page includes a product image, a price, an "Ajouter au panier" button, and a detailed description box. Below the main product, there's a section for "Produits similaires" featuring a tote bag, a hoodie, a water bottle, and another hoodie.

Product details from the description box:

- Une casquette classique ne se démode jamais. Par son excellente qualité et sa matière en coton 100 % biologique, cette casquette est un choix durable.
- Vous pourrez ainsi en profiter pendant des années. Accessorisez vos tenues élégantes avec ce couvre-chef écologique !
- 100 % coton biologique
- Poids du tissu : 271 g/m² (8 oz/yd²)
- Large visière
- Non structuré
- 6 panneaux
- 2 bretelles coulissantes
- Fermeture éclair en tissu assorti avec glissière en latex et insertion cachée
- Produit vierge provenant de CHINE

Projet E-Commerce

40

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

05 CONTENUS

Panier

La page

The screenshot shows the shopping cart page for the Burgers Lovers website. At the top, there's a navigation bar with links for HOME, BOUTIQUE, BLOG, À PROPOS, CONTACT, MON COMPTE, and a search icon. The main content area is titled "Panier". It displays a table of items in the cart:

Produit	Prix	Quantité	Sous-total
Presse à hamburgers	CHF 12.96	3	CHF 38.89 (H.T.)
Casquette de baseball bio	CHF 22.22	1	CHF 22.22 (H.T.)

Below the table are buttons for "Code promo" (Promo code), "Appliquer le code promo" (Apply promo code), and "Mettre à jour le panier" (Update cart). To the left, there's a section for "Informations complémentaires" (Additional information) with a note about delivery conditions. To the right, there's a "Total panier" (Total cart) table showing the breakdown of costs:

Sous-total	CHF 61.11 (H.T.)
Expédition	<input checked="" type="radio"/> Livraison gratuite <input type="radio"/> Forfait CHF 7.00 Les options de livraison seront mises à jour lors de la commande. Calculer les frais d'expédition
TVA	CHF 4.89
Total	CHF 66.00

A large blue button at the bottom right says "Valider la commande" (Validate order). Below the cart, there's a section for "Produits similaires" (Similar products) featuring four items with images and descriptions:

- Sweat à Capuche Unisex (CHF 35.50 - CHF 37.50)
- Tote Bag Bio (CHF 23.00)
- Casquette de baseball bio (CHF 24.00)
- Sweat à Capuche Crop-Top (CHF 55.50)

At the very bottom of the page, there's a dark footer bar with links for Conditions Générales de Vente (CGV), Protection des données, and F.A.Q., along with social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram.

Projet E-Commerce

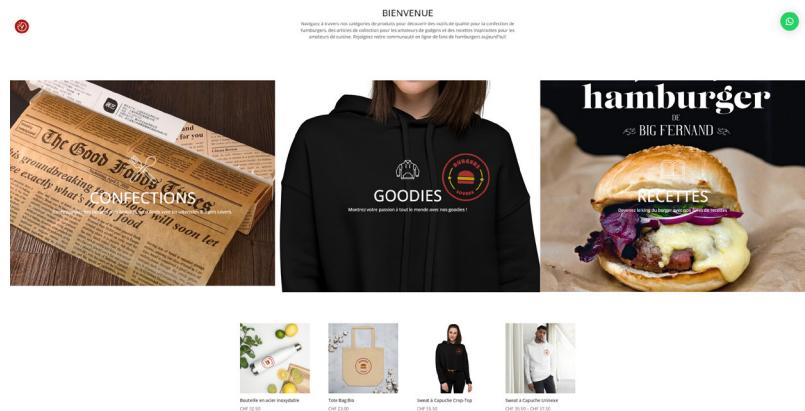
41

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

05 CONTENUS

Accueil

[La page](#)



#DoltMyselfBG
Saisissez votre nom et votre adresse pour recevoir une notification lorsque nous publions un nouveau contenu.



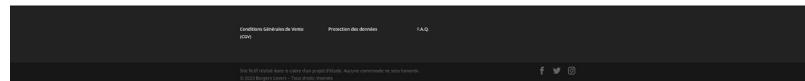
Contact

Nous sommes disponibles pour répondre à toutes vos demandes.

Nom Adresse e-mail

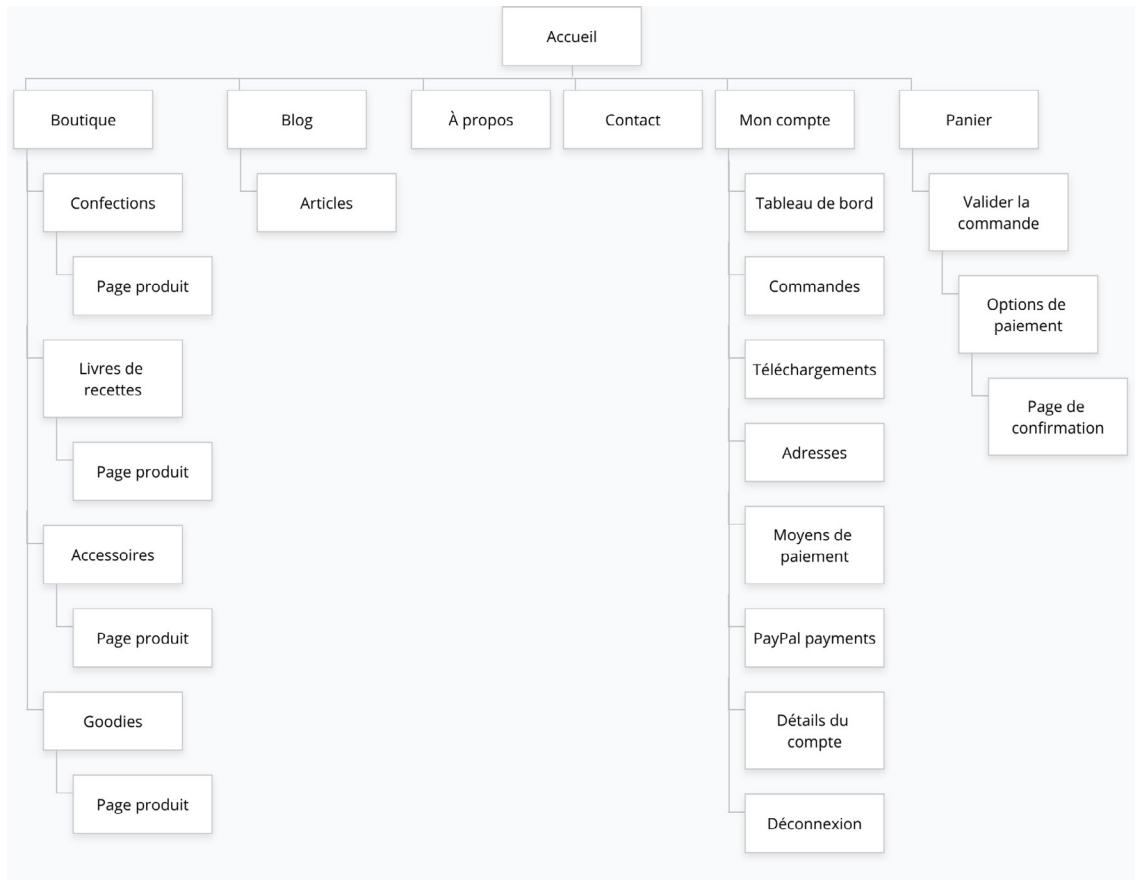
Message

WP Admin | Only visible to site administrators, not visible to other users. If this is a honeypot trap enabled, you want to set it as open for testing purposes, please click the button below.



05 CONTENUS

Plan du site



L'importance des éléments juridiques pour notre site ne peut être sous-estimée. En effet, ces éléments permettent de garantir la légalité de l'opération, de protéger les intérêts de l'entreprise, de favoriser la transparence et l'équité avec les clients ainsi que de prévenir les conflits.

Les conditions générales de vente sont un exemple clé d'éléments juridiques. Elles définissent les obligations et les limites de responsabilité des parties, permettant ainsi de protéger les intérêts de l'entreprise et de minimiser les risques juridiques. De plus, elles garantissent la légalité de l'opération en respectant les règles légales en matière de vente en ligne.

Les conditions générales de vente permettent également de garantir la transparence et l'équité pour les clients en définissant les modalités d'achat, les délais de livraison, les garanties, les droits de rétractation, etc. Elles peuvent également prévenir les conflits avec les clients en clarifiant les attentes et les obligations de chacune des parties.

Cas fictif

Dans le cadre de notre projet de site e-commerce fictif, il est crucial d'inclure une note dans le pied de page indiquant que le site est fictif et n'est utilisé qu'à des fins d'études. Cette note présente plusieurs avantages pour le projet.

Tout d'abord, elle évitera les confusions et les attentes erronées des utilisateurs. En indiquant clairement que le site n'est pas opérationnel et ne traite pas de véritables commandes, nous prévenons tout risque d'erreur ou de confusion pour les utilisateurs.

De plus, cette note permettra également d'éviter tout risque juridique. En indiquant clairement que le site n'est pas opérationnel, nous minimisons les risques de poursuites liées à des ventes fictives ou à des problèmes de livraison.

MODIFIER LES CRÉDITS DE PIED DE PAGE

Site fictif réalisé dans le cadre d'un projet d'étude. Aucune commande ne sera honorée.
© 2023 Burgers Lovers – Tous droits réservés

Conditions générales

L'inclusion des conditions générales de vente pour notre site e-commerce Burgers Lovers est une étape importante pour garantir la transparence et la compréhension des termes de la transaction pour toutes les parties impliquées.

Les conditions générales de vente définissent les obligations et les responsabilités de Burgers Lovers et de ses clients. Elles permettent de prévenir les litiges en clarifiant les termes de la transaction. En cas de litige, les conditions générales de vente fournissent une référence légale claire pour résoudre les problèmes.

De plus, les conditions générales de vente peuvent inclure des informations sur les politiques de livraison, de retour et d'annulation, ainsi que sur les garanties et les responsabilités liées à la qualité des produits vendus sur le site. Cela renforce la confiance des clients envers Burgers Lovers et améliore l'expérience d'achat globale.

- Voici les points que nous avons souhaité intégrer dans nos conditions :
- Informations relatives aux produits
- Modalités de paiement et de livraison
- Politique de retour et de remboursement
- Garanties et responsabilités
- Règles de confidentialité et de protection des données personnelles
- Conditions d'utilisation du site
- Limitation de responsabilité
- Droit applicable et règlement des litiges
- Modifications des conditions générales
- Droit de rétractation pour les consommateurs

Dans le cadre de notre projet, nous avons synthétisé les différents points cités ci-dessus et les avons intégrés à nos [conditions générales de vente](#).

Protection des données

Dans le cadre de notre projet de site e-commerce, il est important de définir une politique de protection des données pour garantir le respect des lois sur la protection des données personnelles. Les lois en la matière sont de plus en plus strictes et il est crucial de s'assurer de leur conformité afin d'éviter des poursuites judiciaires ou des sanctions.

06 ÉLÉMENTS JURIDIQUES

Premièrement, en définissant une politique de protection des données claire, nous pouvons renforcer la confiance de nos clients envers notre entreprise. Ils sauront que leurs données seront protégées et utilisées de manière responsable.

Deuxièmement, la politique de protection des données permet de montrer aux clients comment nous traitons leurs données personnelles et quels sont leurs droits en matière de protection de la vie privée.

Dernièrement, la définition d'une politique de protection des données peut aider à éviter les erreurs ou les omissions dans la gestion des données de nos clients. Elle peut également nous aider à anticiper et à gérer les problèmes potentiels avant qu'ils ne se produisent.

Dans notre politique de protection des données, nous souhaitons intégrer les points suivants :

- **Collecte de données :** décrit les informations que nous collectons auprès de nos clients, telles que le nom, l'adresse électronique, l'adresse postale et le numéro de téléphone.
- **Utilisation des données :** décrit comment utilisons les données collectées, y compris la fourniture de produits et services, le traitement des paiements, la communication avec les clients et l'envoi de newsletters.
- **Partage de données :** indique si nous partageons les données de nos clients avec des tiers et les conditions dans lesquelles nous le faisons.
- **Stockage et sécurité des données :** décrit les mesures de sécurité que nous prenons pour protéger les données de nos clients.
- **Droits des clients :** décrit les droits que les clients ont en ce qui concerne leurs données personnelles, telles que l'accès, la correction ou la suppression, et leur capacité à s'abonner ou se désabonner de la newsletter.
- **Engagement à la protection de la vie privée :** déclare notre engagement à protéger la vie privée de nos clients et à respecter les lois sur la protection des données en vigueur en Suisse.
- **Contact pour les questions ou les préoccupations :** une adresse électronique ou un numéro de téléphone pour que les clients puissent contacter notre entreprise en cas de questions ou de préoccupations.

Une fois que nous avons pris conscience des points ci-dessus, nous avons écrit et intégré à notre site la [politique de protection des données](#).

06 ÉLÉMENS JURIDIQUES

Dans le cadre de notre site e-commerce fictif, il est important que l'utilisateur accepte l'utilisation des cookies pour respecter les lois en vigueur sur les cookies et la protection des données personnelles. Pour ce faire, nous avons utilisé une extension très facile d'utilisation appelée [CookieYes | GDPR Cookie Consent & Compliance Notice \(CCPA Ready\)](#).



Nous respectons votre vie privée.

Nous utilisons des cookies pour améliorer votre expérience de navigation, diffuser des publicités ou des contenus personnalisés et analyser notre trafic. En cliquant sur « Tout accepter », vous consentez à notre utilisation des cookies.

[Personnaliser](#)

[Tout rejeter](#)

[Accepter tout](#)

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

WooCommerce

[WooCommerce](#) est un plugin de commerce électronique pour WordPress, qui offre une solution facile et flexible pour gérer une boutique en ligne. L'extension propose une grande variété de fonctionnalités, telles que la gestion des produits, des paiements, des envois, des taxes et de la sécurité. En outre, elle est également très personnalisable selon nos besoins uniques.

De plus, WooCommerce est facile à utiliser et à mettre en place. Il est compatible avec de nombreux thèmes et plugins WordPress, ce qui nous a permis de développer rapidement notre boutique en ligne. Les mises à jour sont également faciles à effectuer, ce qui nous assure que notre site reste toujours à jour et en bon état de fonctionnement.

Enfin, le plugin propose une grande communauté de développeurs et de support en ligne qui peuvent nous aider en cas de besoin. Cela signifie que nous avons toujours accès à une aide rapide et efficace si nous rencontrons des difficultés lors de la mise en place de notre boutique.



Installation

L'installation du plugin est très facile et intuitive. Les étapes principales de l'installation sont dépeintes à la page suivante. À la fin de l'installation, le plugin propose l'installation supplémentaire d'autres extensions. Nous n'en avons pas installées pour l'instant à l'exception de [Jetpack](#).

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

07 ÉLÉMÉNTS TECHNIQUES

49

Bienvenue sur WooCommerce

Dites-nous où vous gérez votre entreprise pour nous aider à configurer la devise, l'expédition, les taxes et plus encore de manière entièrement automatisée.

Pays/région *
Suisse — Vaud

ADRESSE
Av. des Sports 20

CODE POSTAL
1401

VILLE
Yverdon-les-Bains

E-MAIL
patmeliciano@icloud.com

Profitez de conseils, de mises à jour des produits et de sources d'inspiration directement dans votre boîte de e-mail. Propulsé par Mailchimp

Continuer

[Passer la configuration des coordonnées de la boutique](#)

Quel type de produits sera listé ?

Choisissez les propositions qui s'appliquent

Produits physiques

Téléchargements

Abonnements (16.58 \$ par mois)

Adhésions (16.58 \$ par mois)

Réservations (20.75 \$ par mois)

Plans (4.08 \$ par mois)

Produits personnalisables (4.08 \$ par mois)

Continuer

Afficher les prix mensuels

La facturation est annuelle. Tous les achats sont couverts par notre garantie de remboursement pendant 30 jours et incluent un accès à l'assistance et aux mises à jour. Des extensions seront ajoutées au panier pour que vous puissiez les acheter ultérieurement.

Détails relatifs à l'entreprise Fonctionnalités gratuites

Présentez-nous votre activité

Nous aimerions savoir si vous venez juste de commencer ou si votre activité est déjà bien installée.

Combien de produits pensez-vous afficher ?
1 – 10

Vendez-vous ailleurs actuellement ?
Non

Je configure une boutique pour un client

Continuer

Also available in English

Créer un compte Jetpack

Votre compte vous permettra de commencer à utiliser les fonctionnalités et les avantages proposés par les services Jetpack et WooCommerce.

Burgers Lovers
burgers-lovers.ch

Votre adresse e-mail
pablo.crotti@heig-vd.ch

Choisissez un identifiant
burgerslovers

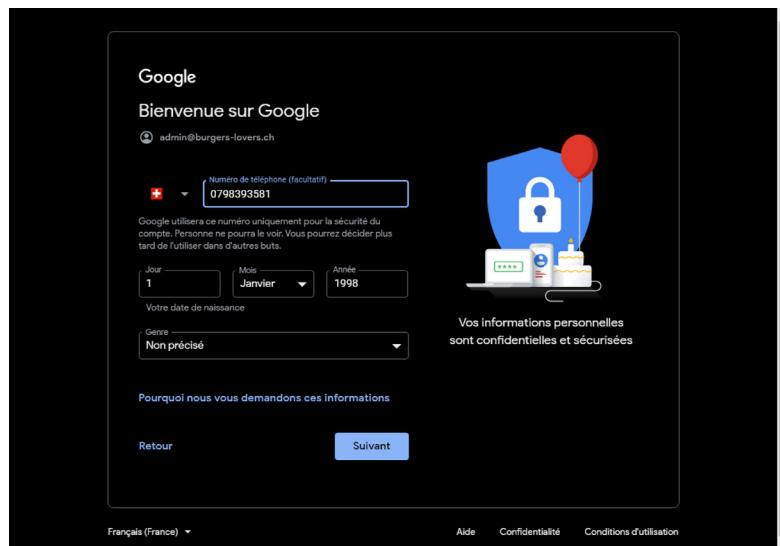
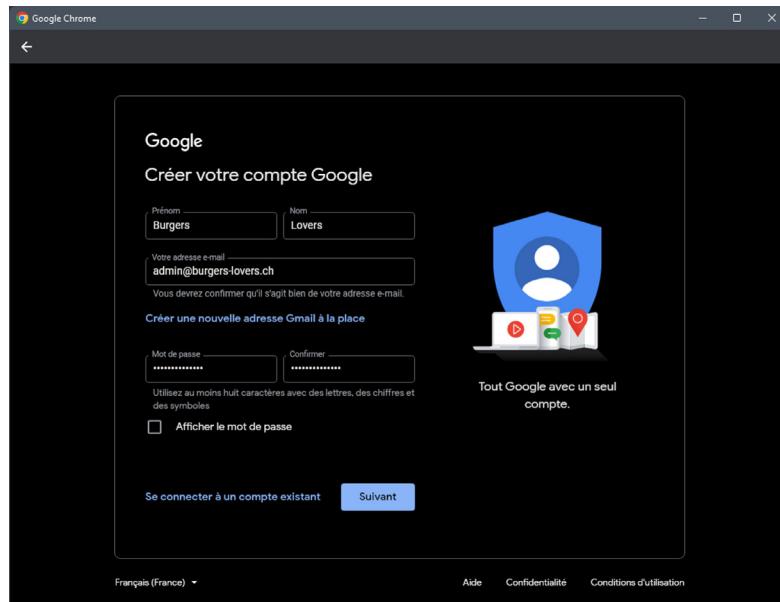
Choisissez un mot de passe
••••••••••

Projet E-Commerce

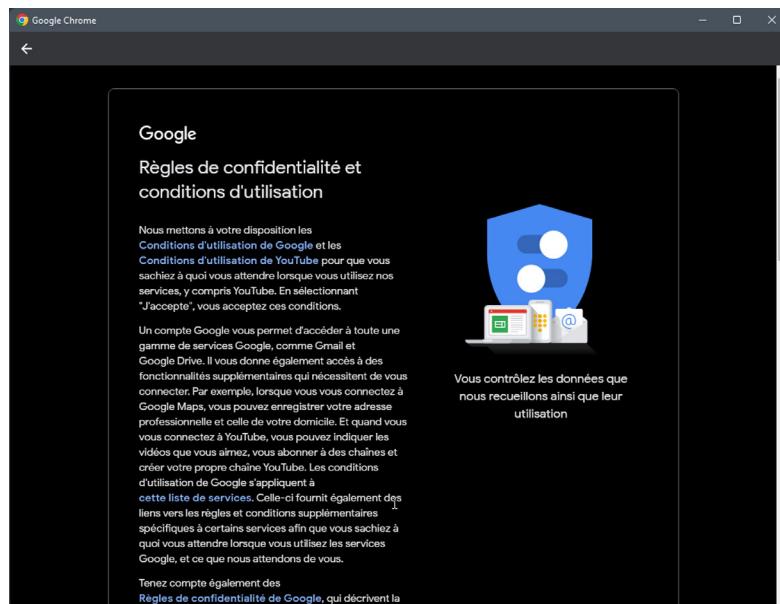
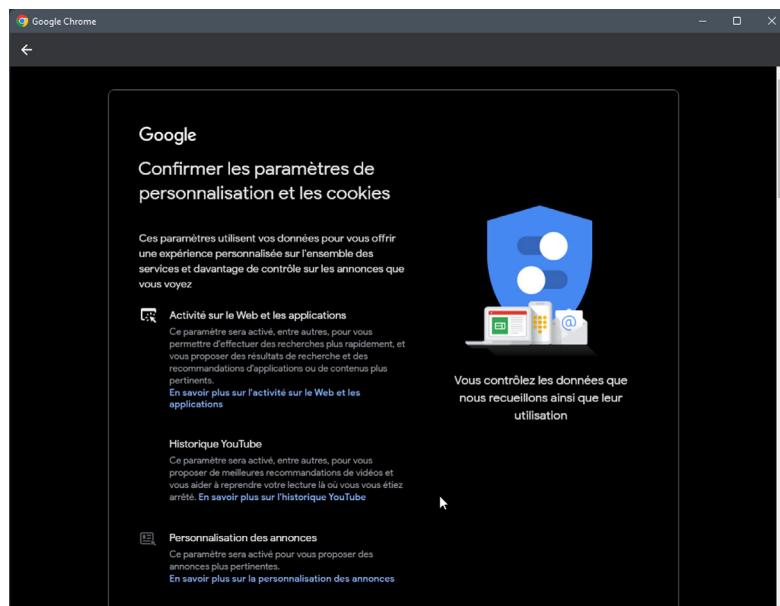
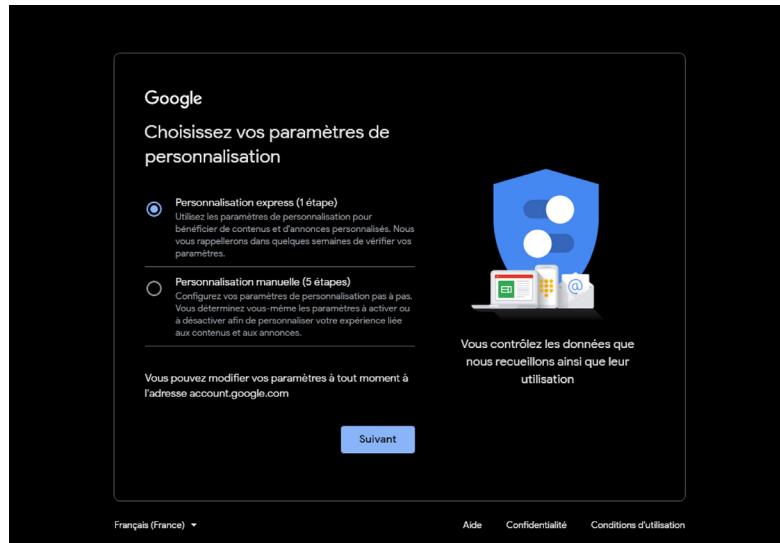
Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Compte Google d'entreprise

Pour pouvoir profiter des services Google, notamment Site Kit, nous avons dû créer un compte au nom de l'entreprise selon la marche à suivre suivante :



07 ÉLÉMENS TECHNIQUES



Activation Google Search Console

La Google Search Console est très utile pour le référencement, elle permet de mieux indexer le site sur les moteurs de recherche et d'obtenir les mots-clés qui ont permis d'atteindre le site.

La Google Search Console est très utile pour le référencement, elle permet de mieux indexer le site sur les moteurs de recherche et d'obtenir les mots-clés qui ont permis d'atteindre le site.

Pour cela, nous avons dû installer le plug-in WPCode qui nous permet de modifier les headers et les footers de chaque page depuis un seul endroit.



Nous avons juste dû mettre cette balise "meta" pour que Google puisse reconnaître et lier le site à notre compte Google.

```
Header
1 <meta name="google-site-verification" content="D87INy15zkzk1_2BQQd543q4Qf4btL_OuuXYKvIXeeM" />
```

Ce qui nous a permis d'avoir accès à la Search Console !

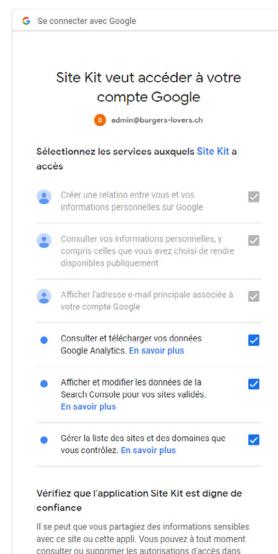
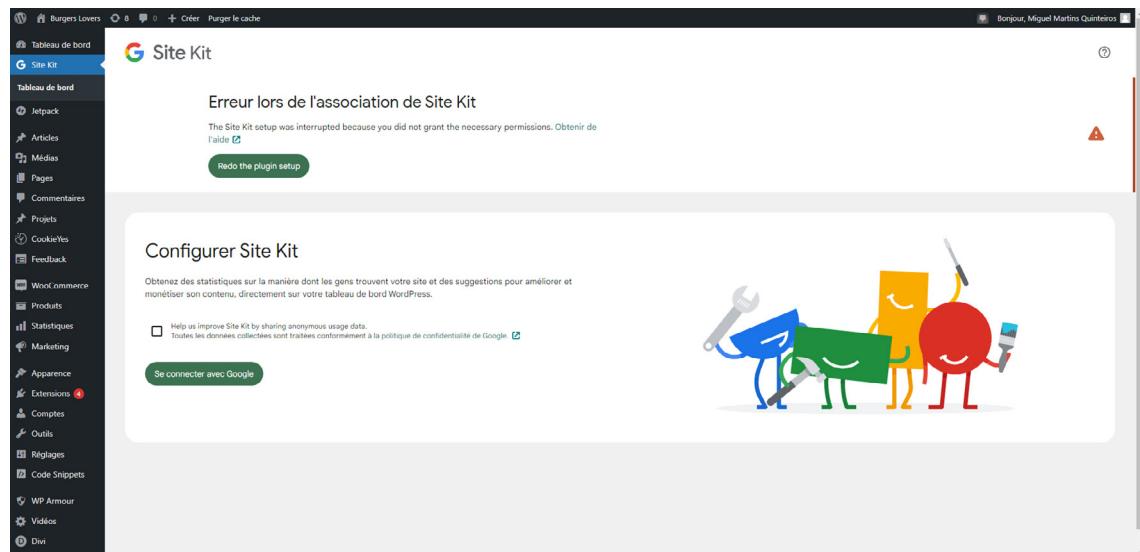
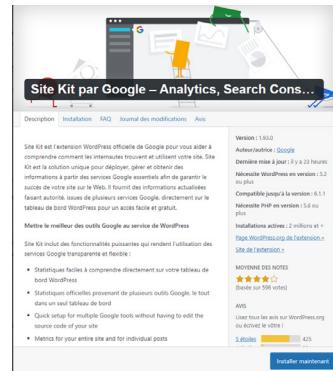
Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

07 ÉLÉMENS TECHNIQUES

Google Site Kit et Analytics

Nous avons juste dû mettre cette balise "meta" pour que Google puisse reconnaître et lier le site à notre compte Google.



Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

07 ÉLÉMЕНTS TECHNIQUES



Google Site Kit

1 2 3 4

Vous êtes déjà validé

Google a détecté que vous étiez un propriétaire validé de Burgers Lovers.

Suivant



Google Règles de confidentialité Conditions d'utilisation À propos de Google Produits Google

Google Site Kit

1 2 3 4

Activer les métriques dans votre tableau de bord

Pour afficher les métriques dans votre tableau de bord Site Kit, autorisez Burgers Lovers à accéder aux données de votre compte Google. Vous pouvez consulter ou révoquer l'accès à Burgers Lovers à tout moment dans vos paramètres Site Kit.

Autoriser Annuler



Google Règles de confidentialité Conditions d'utilisation À propos de Google Produits Google

Google Site Kit

1 2 3 4

Burgers Lovers a déjà été ajouté à la Search Console.

Vous pourrez voir comment les internautes découvrent votre site dans la recherche dans votre tableau de bord Site Kit.

Suivant



Google Règles de confidentialité Conditions d'utilisation À propos de Google Produits Google

Google Site Kit

1 2 3 4

Configurer Google Analytics

Pour comprendre comment les visiteurs trouvent et utilisent votre site, demandez à Site Kit d'ajouter Burgers Lovers à Google Analytics.

Suivant

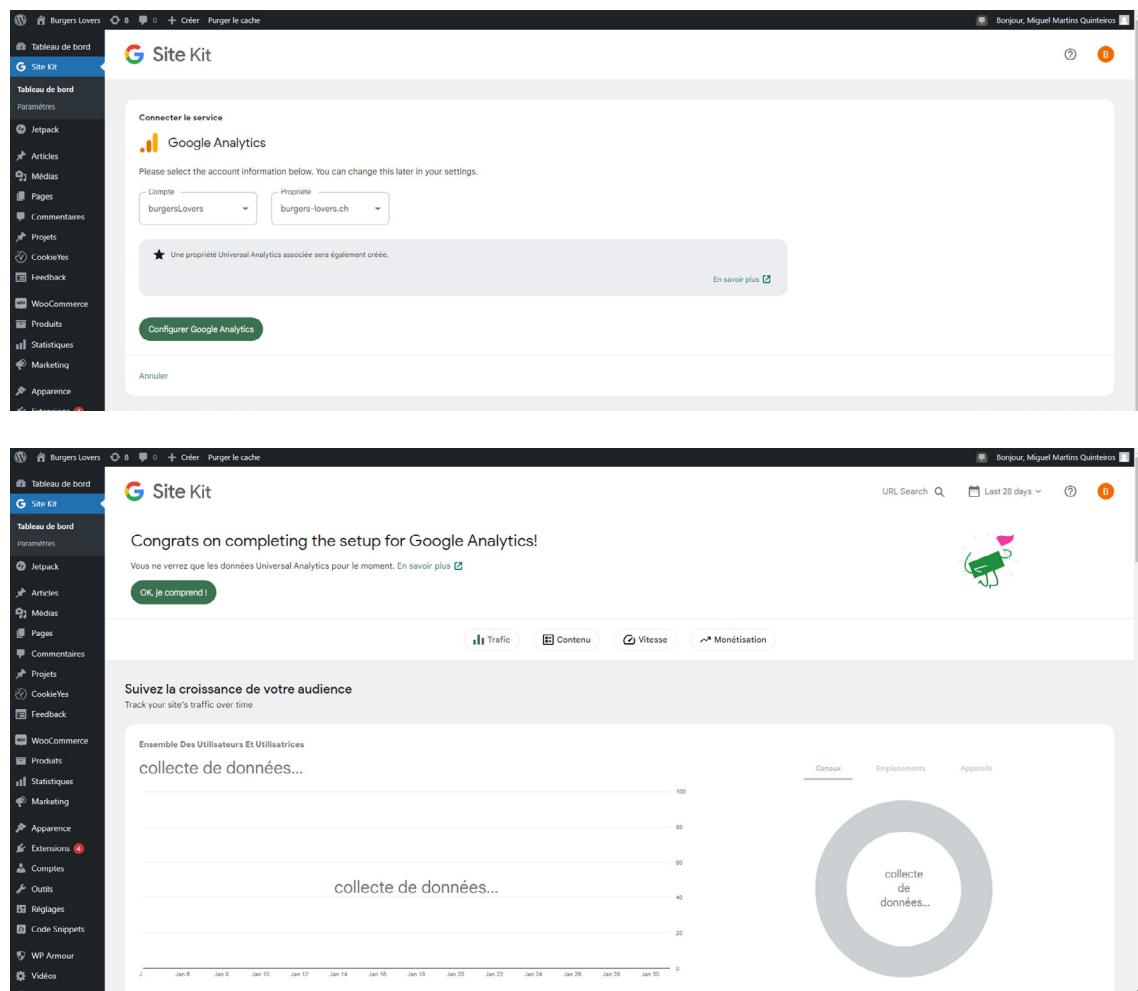


Google Règles de confidentialité Conditions d'utilisation À propos de Google Produits Google

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

07 ÉLÉMENTS TECHNIQUES



Vérification d'installation Google Site Kit

Pour vérifier que tout soit bien intégré, il faut installer le plug-in Google Tag Assistant Legacy. Ce site nous permet de voir les balises que contient le site en question. Dans ce cas nous voyons que nous avons bien deux balises en fonctionnement.

The screenshot shows the 'Result of Tag Analysis' section of Google Tag Assistant Legacy. It lists two tags: '1. Global site tag (gtag.js)' with tracking ID 'G-RK9MD0L46Q' and '2. Global site tag (gtag.js)' with tracking ID 'UA-255571234-1'. Below this, there are sections for 'Where to optimize', 'Add Google Analytics', and 'Additional permissions requested'. At the bottom, there's a button to 'Check if other extensions are blocking tags' with options 'Allow' or 'Later'.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Amazon “Club Partenaires”

Le compte partenaire Amazon est très important, suivant le commerce, car il permet d'insérer des liens affiliés sur le site. Ces liens affiliés permettent de proposer des produits dont le lien contient un traceur. On touche, en échange, une commission en ayant permis à Amazon de faire cette transaction.

Nous n'avons pas pu créer de compte au nom de l'entreprise, car nous avions tous un compte Amazon avec notre numéro de portable lié. Comme cette étape était obligatoire, nous avons choisi de le faire au travers du compte personnel de Miguel.

The screenshot shows the 'Club Partenaires' landing page. At the top, there is a banner with the text 'Recommander des produits. Obtenir des rémunérations' and a yellow 'S'inscrire' button. Below the banner, the title 'Club Partenaires Amazon : le programme marketing Partenaires d'Amazon' is displayed. A brief description follows: 'Bienvenue dans l'un des programmes marketing Partenaires les plus importants au monde. Le Programme Club Partenaires Amazon vise à aider les créateurs de contenu, écrivains et blogueurs à monétiser leur trafic. Nos partenaires sélectionnent des produits et des programmes à recommander parmi les millions d'articles disponibles sur Amazon, puis utilisent des outils de création de liens simples à partager avec leur public. Ils touchent alors des commissions sur tous les achats et programmes éligibles.' Below this, three steps are outlined: 1. Inscrivez-vous (with a hand icon), 2. Partagez des recommandations (with a clipboard icon), and 3. Gagnez de l'argent (with a piggy bank icon). Each step has a corresponding description below it.

The screenshot shows the 'Créer votre compte du Club Partenaires Amazon' registration form. The title is 'Créer votre compte du Club Partenaires Amazon'. The progress bar shows 'Informations sur le compte' (checkmark), 'Liste des sites internet et applications mobiles' (orange dot), 'Profil' (grey dot), and 'Commencer à utiliser le Club Partenaires' (grey dot). The current step is 'Liste des sites internet et applications mobiles'. It contains a section titled 'Vos sites internet et applications mobiles' with instructions: 'Important : Veuillez lire ces instructions avant de remplir ce formulaire. Faites une liste de tous les sites Web et/ou applications mobiles les plus populaires sur lesquels vous avez l'intention d'afficher des bannières, des widgets, des liens spéciaux ou d'autres publicités de Partenaires d'Amazon. Vous devez ajouter au moins un site Web/une application mobile. Vous pouvez ajouter jusqu'à 50 sites Web ou applications mobiles.' There are two input fields: 'Entrez votre ou vos site(s) Internet' with the URL 'https://www.example.com/myblog' and 'Ajouter', and 'Entrez le ou les URL(s) de votre ou vos applications mobiles' with the URL 'https://amazon.com/dp/B00AQLBVU4' and 'Ajouter'. At the bottom, there are 'Précédent' and 'Suivant >>' buttons, and a footer with links to 'Conditions générales de vente', 'Informations légales', and '© 1996-2020, Amazon.com, Inc.'

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

57

The image consists of three vertically stacked screenshots of the Amazon Partner Network (APN) interface.

- Screenshot 1: Sign-up Process**
A progress bar at the top indicates steps: "Informations sur le compte" (Completed), "Liste des sites internet et applications mobiles" (Completed), "Profil" (In Progress), and "Commencer à utiliser le Club Partenaires" (Not Started). The "Profil" section is active, showing fields for "Choisissez votre ID Partenaire" (BurgersLove), "Parlez-nous du contenu que vous créez" (Nous vendons tout le nécessaire pour faire vos hamburgers maison !), and "Lequel des énoncés suivants décrit le mieux votre contenu ?" (Blog, Comparateur de prix, Site de Marque/Distributeur/Auteur/Artiste, Site à but non lucratif, Autre). It also includes a dropdown for "Comment avez-vous entendu parler de nous ?" (Bouché-à-oreille) and a CAPTCHA field with the code "X76bn6".
- Screenshot 2: Available Countries**
A page titled "Choisissez les pays où vous souhaitez que votre contenu soit disponible" (Choose the countries where you want your content to be available). It lists several countries with their flags: France (FR), Canada (CA), United Kingdom (GB), Germany (DE), Spain (ES), Italy (IT), Portugal (PT), and Australia (AU).
- Screenshot 3: Monthly Report**
A dashboard titled "Résumé de ce Mois" (Summary of the Month) for the period from 01/01 to 30/01/2023. It shows a chart of "Aperçu des gains" (Overview of earnings) with a single data point: 1 gain for 1 click on 25/01/2023. The total earnings for the month are listed as 0€00.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Intégration produits Amazon Partenaire

Pour les produits partenaire Amazon, nous avons décidé de mettre des livres de recettes étant donné que nous ne pouvions pas en trouver sur AliExpress et que nous voulions insérer des liens externes pour le SEO de notre site web.

Au lieu de les intégrer à nos articles, nous avons trouvé pertinent de les mettre en tant que catégorie de notre shop sachant que WooCommerce permet de mettre des produits externes.

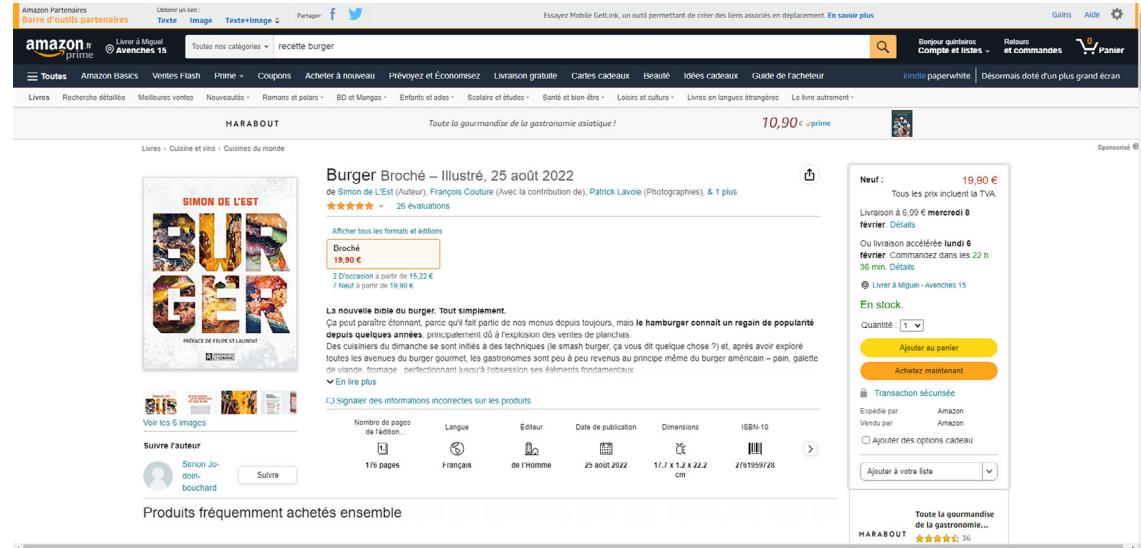
Il faut donc les ajouter en tant que "produit externe/affiliation" et fournir le lien ainsi que le texte du bouton. Nous avons choisi de changer le texte pour "Acheter sur Amazon" afin d'indiquer au client la redirection de site.

Lorsque le client clique sur le bouton, il est donc redirigé sur Amazon grâce à notre lien partenaire généré.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

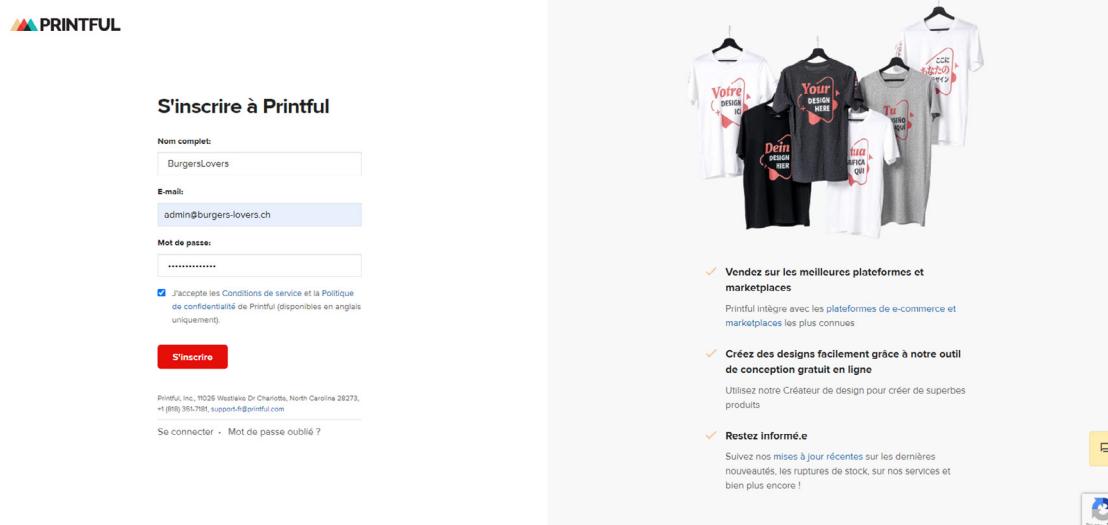


Printful

Nous avons choisi Printful pour nos produits personnalisables, car il avait l'air d'être le plus simple d'utilisation. C'est un service qui permet de faire des produits personnalisables sans se charger de l'impression et des commandes de produits.

Création du compte

La création du compte est simple et rapide, il suffit de renseigner quelques informations.



Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

The screenshot shows the Printful website. At the top left is the Printful logo. Below it is a section titled "Dites-nous en plus sur vous" (Tell us more about you) with several dropdown questions. To the right, there are promotional banners for Printful's services:

- Vendez sur les meilleures plateformes et marketplaces**: Printful intègre avec les plateformes de e-commerce et marketplaces les plus connues.
- Créez des designs facilement grâce à notre outil de conception gratuit en ligne**: Utilisez notre Créateur de design pour créer de superbes produits.
- Restez informé**: Suivez nos mises à jour récentes sur les dernières nouveautés, les ruptures de stock, sur nos services et bien plus encore !

Création de produits

La création des produits est simple, il suffit de sélectionner le modèle puis d'y intégrer le logo.

The screenshot shows the "Modifier le modèle produit" (Edit product model) interface. It has tabs for "Produit" and "Design". The "Design" tab is active, showing a black baseball cap with a red circular logo containing the text "BURGERS LOVERS". The interface includes sections for "Informations, prix et instructions sur les produits" (Information, price and instructions on products), "Personnalisation du produit disponible en fonction de votre région de vente et de vos préférences" (Personalization of the product available according to your sales region and preferences), "Technique" (Broderie), and "Choisir les couleurs:" (Select colors). A "Continuer" (Continue) button is at the bottom. On the right, there are preview options: "Avant" (Front), "Arrière" (Back), "Côté gauche" (Left side), and "Côté droit" (Right side). The final price is listed as CHF 16.50 CHF 11.55 (Hors taxes et autres charges).

The screenshot shows the "Modifier le modèle produit" (Edit product model) interface. It has tabs for "Design" and "Examiner". The "Design" tab is active, showing a black baseball cap with a red circular logo containing the text "BURGERS LOVERS". The interface includes sections for "Nom du modèle de produit" (Product model name: Casquette BurgersLovers), "Produit" (Product: Casquette de baseball bio - Econscious EC7000), "Couleurs des produits" (Product colors), "Couleurs du fil" (Thread colors: Avant Broderie à plat: ■■■), "Fichiers d'impression" (Print files: Avant), "Tailles" (Sizes: Ajouter des tailles), and a "Continuer" (Continue) button. The final price is listed as CHF 16.50 CHF 11.55 (Hors taxes et autres charges).

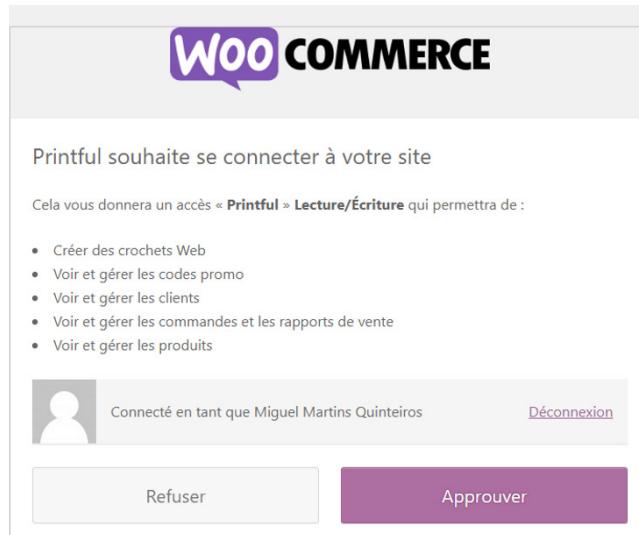
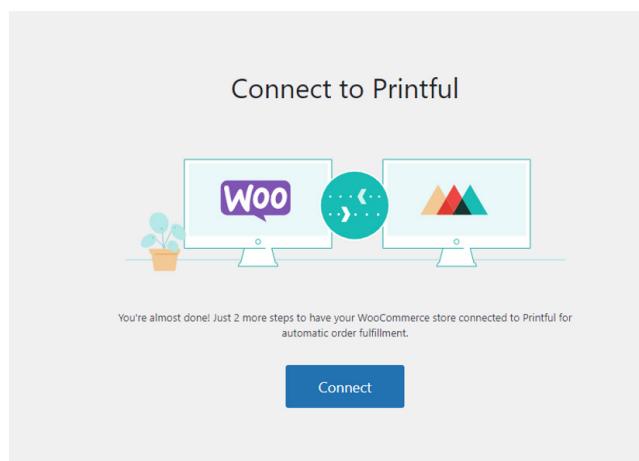
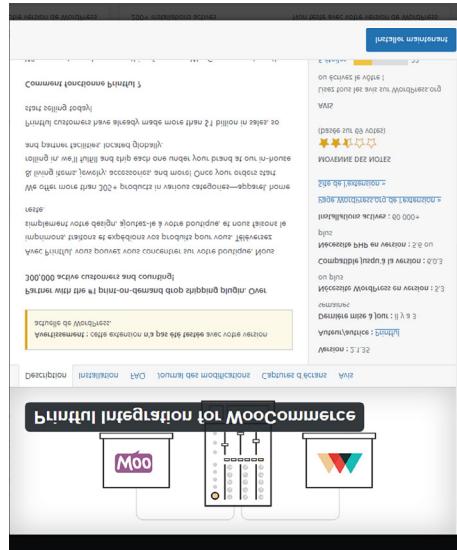
Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

Connexion à WooCommerce

Pour l'intégration de Printful dans WooCommerce il suffit d'installer le plugin et de se connecter pour lier le compte à la boutique.



Projet E-Commerce

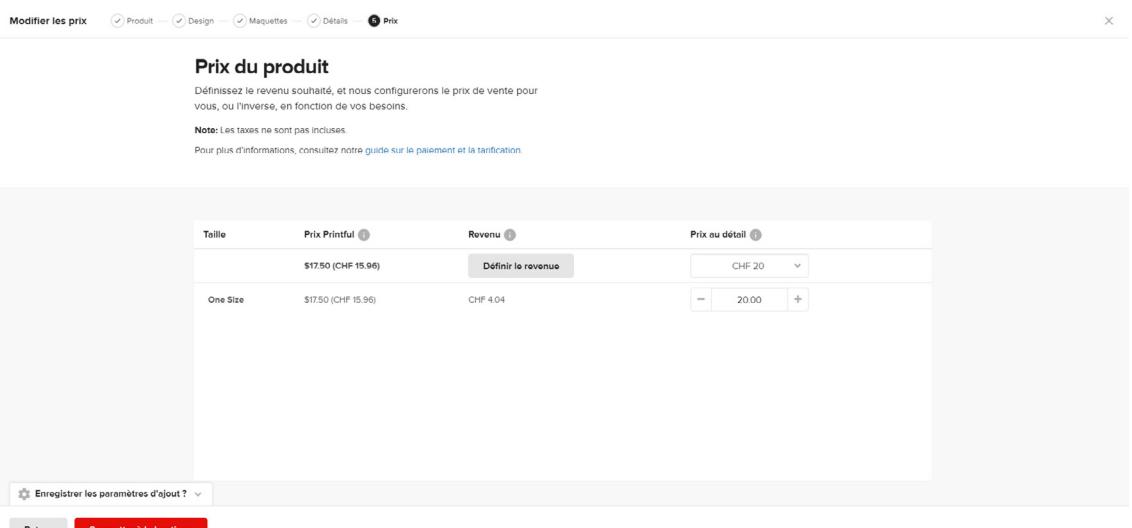
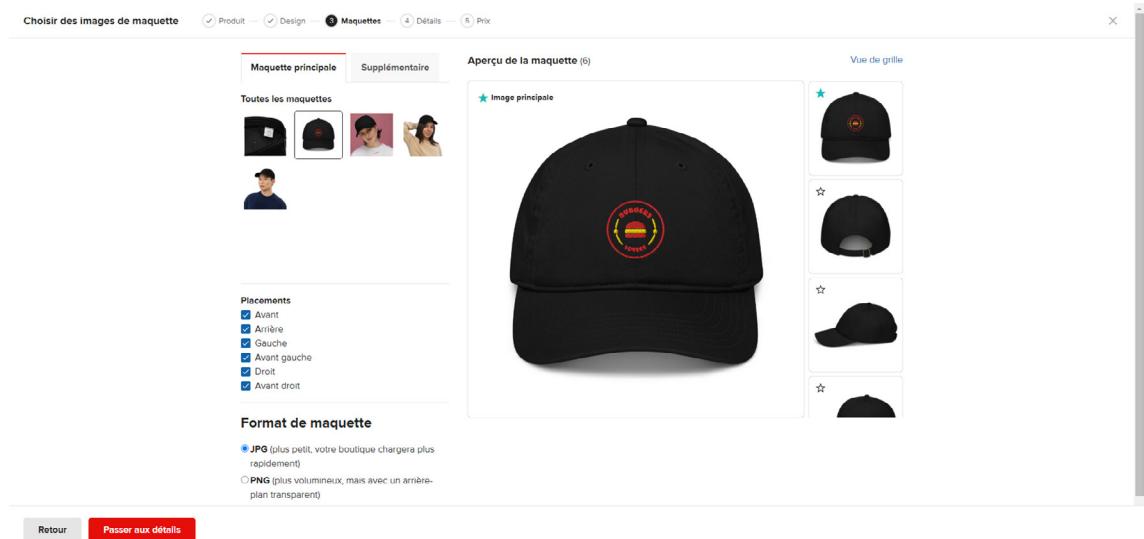
Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

Intégration des produits au site web

Une fois les comptes liés, il suffit d'ajouter les produits dans sa boutique. Pour cela Printful nous permet de choisir les images qui seront affichées, nous génère les descriptions des produits dans la ou les langues souhaitées et nous demande notre pourcentage de marge. Pour rester cohérents avec nos produits, nous avons décidé de garder 25% de marge (prix expliqué plus bas dans le rapport).

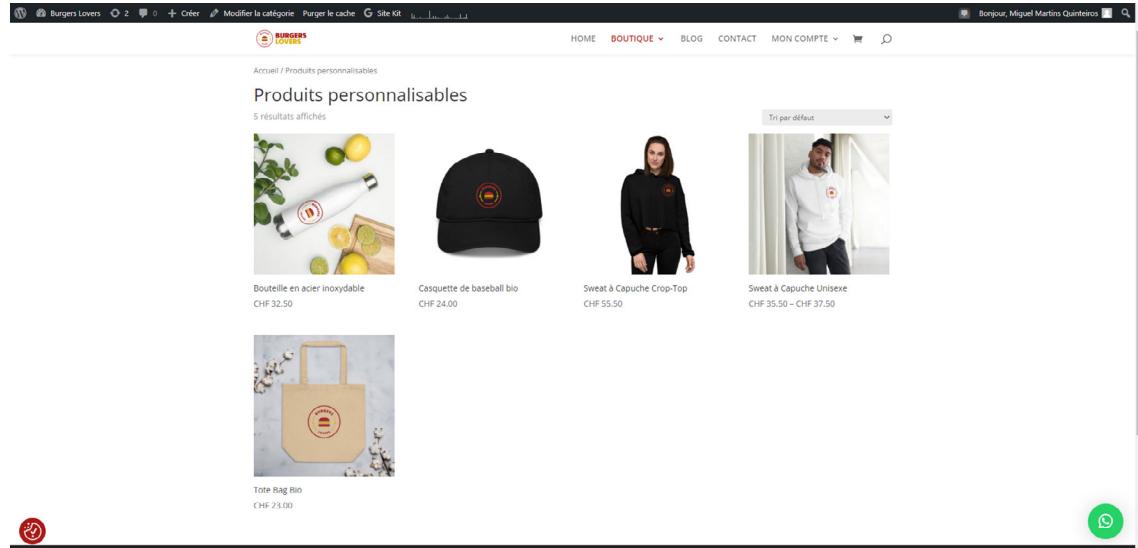
Une fois que c'est fait, il suffit de cliquer sur le bouton "soumettre à la boutique" et le produit est automatiquement intégré dans notre site e-commerce.



Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE



PayPal

Paypal est un outil très important à avoir, car c'est une des banques virtuelles les plus populaires. Il y a beaucoup de personnes qui possèdent déjà un compte Paypal et qui aiment utiliser ce moyen pour payer. Il est dès lors fortement conseillé d'ajouter ce moyen de paiement à un site e-commerce.

Contact commercial

Prénom
Burgers

Nom
Lovers

Informations sur la société

Dénomination sociale
BurgersLovers

Il s'agit du nom que vos clients verront.

Numéro de téléphone professionnel

+41 +41 79 839 35 81 Numéro de téléphone professionnel

Adresse professionnelle

Rue et numéro
123

Plus d'informations
123

Code postal
1400

Ville
Yverdon

Canton
Vaud



Décrivez votre société

Mots-clés de produit ou service
Biens divers

Numéro d'identification de l'employeur
11-2312312

Site (facultatif)

Pays ou région de création de la société
Suisse

Numéro d'enregistrement (facultatif)

Date de création de l'activité commerciale

jour 1	mois janvier	année 2023
-----------	-----------------	---------------

Nom de relevé de carte bancaire
PAYPAL*
BRGRSLVRS

Continuer

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

The screenshot shows the PayPal Business Profile interface for the account "BurgersLovers". The top navigation bar includes links for "Accueil", "Activité", "Effectuer et accepter des paiements", and "Outils professionnels". The main dashboard displays the following information:

- Solde PayPal:** CHF 0.00*
- Disponible:** CHF 0.00 USD 0.00
- A note states: "Ce montant est une estimation basée sur le taux de conversion le plus récent."
- Liens rapides:** App Center, Facturation, Demander de l'argent, Envoyer de l'argent, PayPal.Me, PayPal Checkout.
- Nos recommandations:** PayPal Checkout (Permettez à vos clients de payer sur votre site comme ils le souhaitent). A button "En savoir plus" is present.
- Analyses:** Crédits (0.00 CHF), Débits (0.00 CHF). A note says: "Montant total envoyé ou dépensé".
- Actions:** "Créer une facture" form with fields for "Adresse email du client", "Nom de l'objet", "Montant de l'objet" (CHF), and "Devise" (CHF). Buttons "Envoyer" and "Ajouter plus de détails" are available.
- Configuration:** A section titled "Ajouter une deuxième action" with options "+ Emettre un remboursement" and "+ Demander de l'argent".

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteirois Miguel

Installation de WooCommerce Payments

Avant de pouvoir intégrer PayPal à notre site web, il faut configurer WooCommerce Payments. Ce n'est rien d'autre que le plug-in pour gérer les méthodes de paiement appartenant à WooCommerce.

Ce plug-in permet de gérer tous les moyens de paiement traditionnels de la carte bancaire au paiement par PayPal en passant par le virement.

L'installation est simple et rapide, nous l'avons réalisée selon la marche à suivre suivante:

Se faire payer par WooCommerce Payments

Pour commencer à recevoir des paiements, veuillez fournir quelques informations.

E-mail

admin@burgers-lovers.ch

Nous vous enverrons des actualités importantes par e-mail.

Continuer →

Faites-vous payer par WooCommerce Payments

Pour commencer à recevoir des paiements, veuillez renseigner quelques informations.

E-mail

admin@burgers-lovers.ch

Numéro de téléphone portable

CH ☎ +41 79 839 35 81

Nous enverrons un SMS à ce numéro pour vérifier votre compte.

Continuer →

Dites-nous en plus sur votre entreprise

Pays

Suisse

Type d'entreprise

Einzelunternehmen / Entreprise individuelle / Dit ☎

Continuer →

Vérifier vos informations personnelles

Ces informations permettent à Stripe de vérifier votre identité et de garantir la sécurité de votre compte.

Votre dénomination sociale

Burgers

Lovers

Adresse e-mail

admin@burgers-lovers.ch

Date de naissance

01 / 01 / 2000

Adresse personnelle

Suisse

123

123

1233

123

Numéro de téléphone

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

Informations professionnelles

Parlez-nous de la façon dont vous gagnez de l'argent avec WooCommerce Payments.

Secteur d'activité

Accessoires pour la maison et meubles

Continuer →

Sélectionner un compte pour les virements

Les fonds que vous gagnez sur Stripe seront transférés vers ce compte.

Devise

CHF - franc suisse

Pays du compte bancaire

Suisse

Nom du titulaire du compte

BurgersLovers

IBAN

CH111111111111111111111111

Confirmer l'IBAN

CH111111111111111111111111

Enregistrer

Sélectionner un compte pour les virements

Les fonds que vous gagnez sur Stripe seront transférés vers ce compte.

⚠ Numéro de compte non valide : doit être un IBAN de forme CH9300762011623852957

Devise

CHF - franc suisse

Pays du compte bancaire

Suisse

Nom du titulaire du compte

BurgersLovers

IBAN

CH850027427410736440R

Confirmer l'IBAN

CH850027427410736440R

Enregistrer

Vérification des informations

Vous pourrez bientôt démarrer avec WooCommerce Payments. Veuillez vérifier que ces informations sont correctes.

INFORMATIONS PROFESSIONNELLES

Votre site Web
<https://burgers-lovers.ch>

Autres informations fournies
DBA, Téléphone, Secteur d'activité

INFORMATIONS PERSONNELLES

Burgers Lovers

⌚ Vérification en attente

admin@burgers-lovers.ch

Né(e) le 1 janvier 2000

123

123

CH-1233 123 CH

Autres informations fournies

Téléphone

COMPTE DE VIREMENT

UBS SWITZERLAND AG CHF ✓
CH-1233 123 CH

+ Ajouter un compte

En cliquant sur Accepter et envoyer, vous acceptez le [Contrat de comptes connectés](#), consentez à recevoir des SMS automatisés de Stripe, et certifiez que les informations fournies sont exactes et真实的.

L'intégration de faux IBANS n'étant pas autorisés, nous avons du indiquer un vrai. Cependant, l'IBAN affiché sur le site est un faux.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

La première option que nous avons activée concernant les paiements est le mode de test. Cette fonction permet de passer le shop en mode test et de n'accepter aucun paiement. C'est une option favorable pour nous, car non seulement elle nous permet de tester le parcours client, mais elle permet aussi de n'avoir aucun souci si une personne tombe sur le site alors qu'il est fictif.

Mode test



Activer le mode test

Utilisez des [numéros de carte de test](#) pour simuler diverses transactions. [Lire la suite.](#)

Activation moyens de paiement classique

Les moyens de paiement classiques sont très simples à intégrer. Il suffit de cocher la case et WooCommerce se charge de les ajouter à la caisse pour nous.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

09 ACTIVITÉ COMMERCIALE

Configuration de PayPal pour WooCommerce

Connexion à PayPal

Configuration des moyens de paiement

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Détails et coûts de Paypal

Nous nous sommes basés sur les chiffres donnés par le site de PayPal dont la dernière mise à jour date du 16 mars 2022. Nous avons uniquement considéré les transactions nationales.

Toute transaction nationale écope de 3,4% de frais en plus d'une commission fixe de 0,55 CHF.

Cependant, nous sommes concernés par les microtransactions qui sont les transactions à moins de 5 CHF étant donné que nous vendons des produits sous ce seuil, dans ce cas nous écopons de 5% de frais en plus d'une commission fixe de 0,09 CHF.

Tarification standard pour la réception de transactions nationales

Type de transactions	Tarif
Transactions commerciales	3,40% + commission fixe
Transactions par QR code – Supérieures ou égales à CHF 10,01	1,20% + commission fixe
Transactions par QR code – Inférieures ou égales à CHF 10,00	1,70% + commission fixe

Commission fixe sur les transactions commerciales (selon la devise cible)

Devise	Commission
Dollar australien	0,30 AUD
Réal brésilien	0,60 BRL
Dollar canadien	0,30 CAD
Couronne tchèque	10,00 CZK
Couronne danoise	2,60 DKK
Euro	0,35 EUR
Dollar de Hong Kong	2,35 HKD
Forint hongrois	90,00 HUF
Nouveau shekel israélien	1,20 ILS
Yen japonais	40,00 JPY
Ringgit malaisien	2,00 MYR
Peso mexicain	4,00 MXN

Devise	Commission
Nouveau dollar de Taiwan	10,00 TWD
Dollar néo-zélandais	0,45 NZD
Couronne norvégienne	2,80 NOK
Peso philippin	15,00 PHP
Zloty polonais	1,35 PLN
Rouble russe	10,00 RUB
Dollar de Singapour	0,50 SGD
Couronne suédoise	3,25 SEK
Franc suisse	0,55 CHF
Baht thaïlandais	11,00 THB
Livre sterling britannique	0,20 GBP
Dollar américain	0,30 USD

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Réception de micropaiements

Transaction	Tarif
Micropaiements nationaux	5,00% + frais fixes pour les micropaiements
Autres micropaiements internationaux	5,50% + frais fixes pour les micropaiements

Commission fixe sur les micropaiements

Selon la devise du paiement :

Devise	Commission
Dollar australien	0,05 AUD
Réal brésilien	0,10 BRL
Dollar canadien	0,05 CAD
Couronne tchèque	1,67 CZK
Couronne danoise	0,43 DKK
Euro	0,10 EUR
Dollar de Hong Kong	0,39 HKD
Forint hongrois	15,00 HUF
Nouveau shekel israélien	0,20 ILS
Yen japonais	7,00 JPY
Ringgit malaisien	0,20 MYR
Peso mexicain	0,55 MXN

Devise	Commission
Nouveau dollar de Taïwan	2,00 TWD
Dollar néo-zélandais	0,08 NZD
Couronne norvégienne	0,47 NOK
Peso philippin	2,50 PHP
Zloty polonais	0,23 PLN
Rouble russe	2,00 RUB
Dollar de Singapour	0,08 SGD
Couronne suédoise	0,54 SEK
Franc suisse	0,09 CHF
Baht thaïlandais	1,80 THB
Livre sterling britannique	0,05 GBP
Dollar américain	0,05 USD

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Virement bancaire

Cette activation se fait très simplement sur WooCommerce en cochant la case et en fournissant un compte bancaire. Quand le client choisira ce moyen de paiement, un message apparaît en lui disant que la commande ne sera pas envoyée tant que le virement ne sera pas effectué. Le compte sur lequel faire le virement est affiché dans la commande sur le compte client.

Nous avons spécifié qu'il ne faut pas virer d'argent dans le champ des instructions, qui sont affichées lors de l'écran de remerciement et dans l'e-mail de confirmation.

Virement bancaire

Acceptez les paiements en personne avec BACS. Aussi connu sous le nom de virement/bancaire.

Activer/Désactiver Activer le virement bancaire

Titre

Description Effectuez le paiement directement depuis votre compte bancaire. Veuillez utiliser l'ID de votre commande comme référence du paiement. Votre commande ne sera pas expédiée tant que les fonds ne seront pas reçus.

Instructions Veillez ne pas virer d'argent sur ce compte. le site et le compte sont tous deux fictifs car réalisés dans le cadre d'un projet de cours.

Détails du compte :

Nom du compte	Numéro du compte	Nom de la banque	Code guichet	IBAN	BIC / Swift
BurgersLovers	UBS			CH111111111111	

Enregistrer les modifications

Commande reçue

Merci. Votre commande a été reçue.

NUMÉRO DE COMMANDE : 29144	DATE : février 2, 2023	EMAIL : miguel.martinsquinteiro@heig-vd.ch	TOTAL : CHF 19.00
-------------------------------	---------------------------	---	----------------------

Nos coordonnées bancaires

BurgersLovers:

BANQUE : UBS	SAU : CH111111111111
-----------------	-------------------------

Détails de la commande

Produit	Total
Galettes de papier huile x 2	CHF 11.11 (H.T.)
Sous-total :	CHF 11.11 (H.T.)
Expédition :	CHF 7.00 via Forfait
TVA:	CHF 0.89
Moyen de paiement :	Virement bancaire
Total :	CHF 19.00

Recent Posts

- Comment bien assaisonner son burger?
- Le relish dont on vous parle tant
- La fameuse sauce Big Mac!
- Quels outils utiliser pour faire mes burgers?

Recent Comments

- Pablo Crotti sur Pistole à saucisse
- Pablo Crotti sur Presse à hamburgers

Autres moyens de paiement

Twint

Twint est un moyen de paiement que beaucoup de personnes utilisent en Suisse, car il est simple et rapide d'utilisation.

Ce moyen de paiement se fait au travers d'un plug-in qui est disponible pour les sites WordPress E-Commerce.

Les frais varient en fonction de l'utilisation. Si le paiement est réglé au travers d'un QR code, les frais s'élèvent à 1,3% du montant. Si Twint est ajouté grâce à un plug-in tiers, l'intermédiaire peut ajouter des frais, mais cela dépend donc au cas par cas.



Klarna

Klarna est un système de facturation qui permet de payer sous 30 jours. Les personnes n'aimant pas insérer leurs données bancaires sur internet ou souhaitant payer plus tard pourraient être ravis de l'intégration de ce moyen de paiement.

L'ajout de ce moyen de paiement est possible via WooCommerce comme dit sur le site de Klarna.

Nous n'avons pas trouvé les frais exacts sur le site de Klarna, cependant les frais fixes sont de 0,30 CHF par achat, s'y ajoutent des frais variables entre 3,29% et 5,99% selon le site Wise.



Les pages produits sont essentielles pour la réussite de notre projet, car elles permettent de présenter les produits de manière claire et attractive aux clients potentiels. Les pages produits fournissent des informations détaillées sur les produits, telles que les caractéristiques, les avantages, les prix et les images. De plus, les pages produits permettent aux clients de prendre une décision d'achat éclairée en fournissant des informations fiables et en permettant une comparaison aisée des différents produits.

Enfin, les pages produits sont un élément clé pour améliorer le référencement naturel de notre site, ce qui peut aider à attirer plus de trafic et de ventes. Par conséquent, il est important de consacrer du temps et des ressources pour qu'elles soient attrayantes et bien conçues pour maximiser la réussite de notre projet.

Nous avons voulu rester simples pour cette page. Le thème Builder de DIVI est facile d'utilisation et de manière générale assez complet. Cependant, dans le cadre d'un projet réel, il serait intéressant d'investir dans une solution plus poussée pour accéder à plus d'options de contenu.

En haut de toutes les pages, nous trouvions pertinent d'intégrer un fil d'Ariane pour que le visiteur soit toujours conscient de l'endroit du site dans lequel il se trouve. La première partie de nos pages produits est consacrée au produit lui-même en mettant en avant son nom, la note des clients, sa courte description (s'il y en a une) et le prix. Le stock est aussi visible et, en dessous, on retrouve les actions permettant d'ajouter le produit au panier (options, quantité). En dessous, la catégorie est indiquée une deuxième fois.

Ensuite, on trouve un accordéon comportant trois menus : Description, Informations complémentaires (taille, poids, etc.) et Avis. Ce dernier menu est important pour consulter les avis clients et donner le sien.

Tout en bas, on trouve une sélection de quelques produits similaires. À long terme, il serait intéressant de profiter des options de vente incitative et de ventes croisées proposées par WooCommerce. Cependant, à l'heure actuelle, les données de vente ne sont pas assez développées pour que des produits soient affichés.

Pour terminer, si le site se développait plus, il serait pertinent d'ajouter une navigation dans les catégories sur le côté. Ce n'est pas dérangeant dans notre cas, car nous n'avons que trois catégories de produit. Mais si la boutique s'agrandissait, le menu principal risquerait d'être surchargé.

Dans le panier, nous avons ajouté une section pour communiquer des messages relatifs aux consignes d'expédition.

Un visuel de nos pages produits est disponible à la page suivante.

09 PAGES PRODUITS

BURGERS LOVERS

HOME BOUTIQUE ▾ BLOG CONTACT MON COMPTE ▾ ⚡ 🔍

Accueil / Confection / Bouteilles à sauce



Bouteilles à sauce

Les bouteilles sont équipées de capuchons, pour éviter de les perdre, et peuvent contenir différents types de condiments grâce à leurs pointes ajustables en taille. Ce produit est idéal pour la cuisine et les barbecues.

CHF 13.00

TAILLE Choisir une option

1 ⚡ Ajouter au panier

UGS : ND / Catégorie : Confection

Description	Informations complémentaires	Avis (0)
Les bouteilles présentent les avantages suivants : 1. Des capuchons sont attachés pour permettre de ne pas les perdre. Les couvercles se tordent fermement pour maintenir les bouchons sur les bouteilles lors de leur utilisation. 2. Les pointes peuvent être ajustées à la taille désirée pour obtenir la quantité désirée de condiment. Il suffit de couper l'embout pour le faire correspondre à vos besoins. 3. Ce produit est parfait pour contenir tous les condiments tels que la sauce barbecue, l'huile d'olive, le ketchup, la moutarde, la mayonnaise, les sauces chaudes, la pâte à crêpes, le sirop d'érable et les vinaigrettes. Il est un ajout essentiel pour la cuisine et les barbecues.		

Produits similaires



Spatule

CHF 23.00



Moule à buns

CHF 17.00



Pistolet à sauce

CHF 50.00



Papier pour burger et frites

CHF 17.50

Conditions Générales de Vente (CGV) Protection des données

Site fictif réalisé dans le cadre d'un projet d'étude. Aucune commande ne sera honorée.
© 2023 Burgers Lovers - Tous droits réservés

f t i

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

74

10 EMBALLAGES

Nous avons analysé la taille de nos produits et les différentes tailles des emballages chez le fournisseur Sanpac SA.

Nous avons choisi ce fournisseur en raison de sa proximité, car, cette entreprise est basée à Yverdon-les-Bains, ce qui fait qu'il est bien plus confortable pour discuter avec l'entreprise pour diverses raisons comme les conseils à la clientèle pour trouver d'autres solutions pour de potentiels nouveaux articles ou tout simplement récupérer de la marchandise à proximité.

Il est vrai que les articles coûtent plus cher que d'autres fournisseurs, mais nous avons voulu jouer sur la proximité comme dit avant. De plus, nous savons que ce fournisseur réalise les cartons Suisse, même s'il nous a indiqué par téléphone que les cartons n'étaient pas faits à Yverdon-les-Bains même.

De plus, contrairement à la plupart des concurrents proposés, il n'est pas indiqué que nous aurions une surfacturation d'environ 40.- CHF pour des commandes inférieures à 300.- CHF, ce qui est une bonne chose si nous devons commander une petite quantité à un temps précis.

Le catalogue de Sanpac étant copieux, nous avons passé plusieurs heures à chercher les cartons qui feraient le bon compromis prix/dimensions/polyvalence, car nous ne voulions pas avoir tout un panel de carton différents.

Tous les prix indiqués seront pour des commandes de 50 unités.

Nous pourrions également parler des frais accessoires comme le ruban adhésif écologique à 11.10 CHF et le papier d'emballage gris à 71.- CHF les 390mm par 450m. Ces frais seront amortis dans notre prix de vente, car nous allons arrondir ce dernier comme ceci : si cet article nécessite un carton qui vaut 1.80 CHF, nous mettons que l'article nécessite un carton qui en vaut 2. Nous pourrions aussi discuter des frais pour l'étiquetage avec les étiquettes recommandées par La Poste, des Avery ZW. à 29.90 CHF les 100 unités.

Le papier sera chiffonné et présent pour les quelques colis où nous n'aurions pas envie que les articles bougent, de plus nous avons un avantage c'est que la plupart de nos articles ne sont pas fragile, ce qui ne demande pas une protection digne d'un appareil électronique.

Petites pièces

Pour commencer avec les petites pièces, donc pour un envoi de taille enveloppe standard, nous avons pris des enveloppes matelassées d'une dimension de 165x175mm afin d'avoir de la marge si nous voulions mettre plusieurs pièces, pour un prix de 0.87 CHF l'unité.

L'avantage des enveloppes matelassées est qu'elles ont un relief comme si c'était du papier bulle, mais, avec du papier ondulé collé sur la face interne de l'enveloppe, ce qui améliore encore le côté écoresponsable.

Petits cartons

Pour des articles un peu plus grands, nous avons des cartons faisant une taille de 155x110x45mm permettant ainsi d'envoyer des articles en tant que petits colis (voir le point suivant), pour 1.51 CHF l'unité.

Cartons pour livres

Les livres ayant souvent des tailles différentes, nous avons opté pour un carton plutôt polyvalent qui à une taille de 265x265mm pour des livres ayant une épaisseur maximale de 80mm, à 2.21 CHF l'unité.

Carton d'expéditions

Nous finissons avec le carton qui accueillera la plupart des articles, avec une taille de 325x240x140mm, ce carton sera pour les articles plus gros ou pour accueillir plusieurs articles en même temps, à 2.11 CHF l'unité.

Pour conclure, purement à l'achat de ces différents articles, nous en serions à un total de 447 CHF.

Références des articles

Enveloppe matelassées : **55353**

Petits cartons : **565**

Cartons pour livres : **45124**

Cartons pour colis : **280/14**

[Voir le catalogue.](#)

	A	B	C	D	E	F
1		Poids maximal	Jour-même 16h30 - 21h	Jour ouvrable suivant (samedi)	2-3 jours ouvrables	
2	Lettre 2cm épaisseur					
3	Jusqu'à B5 (17,6 x 25cm)	100g	31,77 CHF	1,10 CHF	0,90 CHF	
4	Jusqu'à B5 (17,6 x 25cm)	250g	31,77 CHF	1,40 CHF	1,15 CHF	
5	Jusqu'à B4 (25 x 35,3cm)	500g	31,77 CHF	2,10 CHF	1,85 CHF	
6	Jusqu'à B4 (25 x 35,3cm)	1000g	31,77 CHF	4,10 CHF	3,65 CHF	
7						
8	Petits envois					
9	Jusqu'à 17,6 x 25 x 5 cm	100g	31,77 CHF	2,60 CHF	2,40 CHF	
10	Jusqu'à 17,6 x 25 x 5 cm	250g	31,77 CHF	2,90 CHF	2,65 CHF	
11						
12	Colis	Poids maximal	Jour-même 16h30 - 21h	Jour ouvrable suivant	2 jours ouvrables	Samedi
13	Jusqu'à 100 x 60 x 60	2000g	31,77 CHF	9,00 CHF	7,00 CHF	12,77 CHF
14						

Nous avons réalisé ce tableau ci-dessus à l'aide du calculateur en ligne de La Poste, nous avons mis les calculs en tant que « clients avec des conditions spéciales », il faut savoir que « La Poste se réserve le droit de refuser des demandes sans en indiquer les motifs » si nous souhaitions être, selon le deuxième nom « un client commercial ». D'ailleurs le prix ne change pas tout le temps.

Il est important de noter que certains poids d'envoi ne sont pas possibles en tant que client standard, mais uniquement en tant que client commercial, optique que nous avons toujours gardé en cas d'acceptation de la part de La Poste.

Nous avons choisi ces différents formats pour avoir une vue globale des envois les plus probables que nous ferons. De fait, La Poste propose encore d'autres formats, mais seront des cas de commandes exceptionnelles, nous visons par-là les colis allant jusqu'à de 5kg, 10kg, 20kg et 30kg. Nous mettons aussi dans les commandes exceptionnelles les colis « encombrants » qui sont définis comme ceci sur le calculateur « longueur jusqu'à 2m/30 kg ou 2m-2,5 m/10 kg ; pourtour max. 4m »

La Poste propose un système de livraison le jour même, le matin ou le soir, si nous nous concentrons sur la demande de notre contact, La Poste propose la livraison du jour même le soir est entre 16:30 et 21:00 à un tarif de 31.77 CHF pour un client commercial et de 64 CHF pour un client standard. De plus, l'illustration ci-contre indique que les lieux de dépôt les plus proches d'Yverdon-les-Bains seraient à Lausanne, sans prendre en compte le fait qu'il faille déposer les colis avant l'heure indiquée.

Mode d'expédition

Quand votre envoi doit-il arriver chez le destinataire?
Aujourd'hui - à partir de CHF 31,77

Heure de distribution

de 14h00 à 17h00
 De 16h30 à 21h00

L'envoi ne peut pas être déposé dans n'importe quelle filiale de la Poste. La dernière heure de dépôt possible varie de 09h45 à 13h00. [Informations complémentaires](#)
Veuillez renseigner le NPA de votre emplacement et nous vous indiquerons les lieux les plus proches.

NPA, localité
1400 Yverdon-les-Bains

NPA	Localité	Dernière heure de dépôt
<input type="radio"/> 1011	Poste Filiale 1011 Lausanne 11 CHUV, Rue du Bugnon 46	11:30
<input type="radio"/> 1003	Poste Filiale 1000 Lausanne 2 St-François, Place Saint-François 15	11:00
<input type="radio"/> 1003	Poste Filiale 1000 Lausanne 1 Dépôt, Avenue de la Gare 43B	11:00

La distribution le même jour n'est pas possible dans toutes les régions suisses. [Informations complémentaires](#)
Vous pouvez vérifier ici le NPA du destinataire:

NPA, localité

Expédition sans impact pour le climat: préserver le climat avec l'envoi «pro clima» Les coûts sont pris en charge par la Poste

[Retour](#) [Suivant](#)

Ce qui fait que malheureusement pour notre contact, cette approche ne serait pas rentable en vue de son prix, de nos marges, de la distance à parcourir et de plus, le service n'est pas garanti dans toute la Suisse, comme indiqué sur la capture d'écran, dont les conditions sont visibles [ici](#).

Une définition de prix soignée est importante pour notre site pour plusieurs raisons. Tout d'abord, cela peut nous aider à établir notre positionnement sur le marché et à nous différencier de nos concurrents. En offrant des produits de qualité à un prix compétitif, nous pouvons attirer de nouveaux clients et fidéliser ceux que nous avons déjà. De plus, une stratégie de prix bien conçue peut nous aider à maximiser nos profits en nous permettant d'équilibrer notre coût de revient avec les prix que nous facturons.

En outre, la définition de prix peut également avoir un impact sur notre image de marque et notre réputation. Des prix élevés peuvent indiquer une marque haut de gamme, tandis que des prix plus bas peuvent suggérer une qualité inférieure.

Enfin, la définition de prix peut influencer les décisions d'achat des consommateurs. Des prix attractifs peuvent inciter les clients à acheter davantage, tandis que des prix élevés peuvent les dissuader d'acheter. Il est donc important de trouver le bon équilibre entre les coûts, les attentes des consommateurs en matière de prix et notre stratégie de marque pour définir des prix efficaces pour notre site.

Marge

Nous avons décidé de mettre une marge de 25% sur les produits de notre site pour garantir la viabilité financière de notre entreprise. Cette marge nous permet de couvrir les coûts indirects comme le marketing ainsi que de dégager un bénéfice. Cette marge nous aide également à être compétitifs sur le marché en proposant des produits à des prix raisonnables pour les clients. Il est important de trouver un équilibre entre la marge bénéficiaire et le prix de vente, afin de garantir un modèle économique sain pour l'entreprise.

Frais logistiques

Nous avons décidé d'avoir 3 catégories de frais logistiques pour couvrir les différents coûts d'emballage liés à la livraison de nos produits. Chaque catégorie correspond à un coût différent allant de 1 à 3 francs. Cette approche nous permet de mieux gérer les coûts d'emballage pour chaque commande en fonction du produit acheté.

En ce qui concerne l'expédition, nous avons décidé de mettre des frais fixes de 7 francs. Cette décision est due au fait que la majorité de nos produits rentrent dans cette catégorie de frais d'expédition. Pour pallier à ce coût assez élevé, nous offrons l'expédition à partir d'un panier de 50 francs ce qui nous permet de compenser le prix avec la marge.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Taxes

En ce qui concerne les taxes, selon les habitudes suisses, elles sont directement calculées dans le prix de vente à 7,7% (2,5% pour les livres). Cependant, lors du passage au panier, la valeur monétaire destinée aux taxes est indiquée au client pour qu'il en prenne conscience.

Cette intégration est très facile dans WooCommerce. Dans les réglages de l'extension, sous l'onglet TVA, il suffit de sélectionner les paramètres qui nous intéressent.

The screenshot shows the 'TVA' tab selected in the top navigation bar of the WooCommerce settings. Below the tabs, there are several configuration sections:

- Options de TVA**:
 - Tarifs saisis avec la TVA**:
 - Question mark icon: Oui, je saisirai les tarifs TTC
 - Non, je saisirai les tarifs HT
 - Calcul de la TVA basé sur**:
 - Question mark icon:
 - Classe de TVA d'expédition**:
 - Question mark icon:
 - Arrondi**:
 - Arrondir la TVA au niveau du sous-total, plutôt que pour chaque ligne
 - Classes additionnelles des TVA**:
 - Question mark icon:
 - Affichage des tarifs dans la boutique**:
 -
 - Affichage des tarifs sur le panier et la page commande**:
 -

Intégration

L'expérience utilisateur a été prise en compte à toutes les étapes de la mise en place de notre projet. Tout d'abord, nous avons étudié les besoins et les attentes des utilisateurs pour concevoir une plateforme conviviale et facile à utiliser. Nous avons également utilisé une interface utilisateur claire et intuitive pour que les utilisateurs puissent naviguer facilement sur le site et trouver rapidement ce qu'ils cherchent.

Nous avons voulu tester la plateforme auprès de clients potentiels pour comprendre ce qui fonctionne le mieux et ce qui ne fonctionne pas très bien. Sur les trois personnes interrogées, deux ont révélé que l'incitation d'inscription à la newsletter en pop-up était un peu dérangeante. Ces entretiens nous ont quand même révélé que la plateforme était intuitive et claire. Selon les conseils d'une des personnes interrogées, nous avons intégré la mise en avant des créations de quelques abonnés (fictives à l'état actuel) partagées avec le #iDoltMyselfBG.

Enfin, nous avons intégré des systèmes de paiement sécurisés pour que les utilisateurs puissent effectuer des transactions en toute sécurité. De plus, nous avons essayé d'exposer les détails et les prix de livraison claire et transparente.

Difficultés

Dans l'exécution de ce projet, nous sommes bien sûr tombés sur quelques difficultés.

Premièrement, nous avons rencontré quelques problèmes pour trouver des images de bonne qualité pour accompagner nos produits. Dans un cadre réel, il serait intéressant de créer nos propres visuels, de bonne qualité, pour garder une uniformité sur l'ensemble de notre site. De plus, en n'ayant pas d'accès direct à nos produits, il est difficile de ne pas garder une ressemblance qui n'est pas sans rappeler un site de dropshipping.

Deuxièmement, bien que DIVI est un thème assez complet et qui permet beaucoup de personnalisation, il manque quelques fonctionnalités au niveau des modules WooCommerce que nous aurions aimé intégrer au site. De plus, les noms choisis pour ces différents modules ne sont pas toujours très compréhensibles. Nous avons perdu beaucoup de temps à en essayer plusieurs avant de trouver celui que nous souhaitions intégrer.

Troisièmement, nous voulions rester assez simples sur notre page d'accueil pour éviter de la surcharger. Nous avons donc du nous poser plusieurs questions quant aux informations que nous voulions y insérer. De plus, les choix structurels de la navigation n'étaient pas aisés. Dans le groupe, nous sommes tous assez méfiants quant aux menus surchargés dans lesquels on se perd. Le menu mis en place est simple, mais nous sommes conscients que, si la boutique s'agrandissait davantage, il faudrait le repenser et le restructurer.

Dernièrement, nous n'avons pas pu utiliser les recommandations de produits personnalisés pour les utilisateurs sur la page d'accueil en raison du manque de données relatives aux commandes. Cette fonctionnalité est très utile pour mettre en avant des produits susceptibles d'intéresser les visiteurs et ne pas pouvoir l'intégrer est un vrai problème.

Améliorations

Pour améliorer notre site d'un point de vue UX, nous pouvons relever plusieurs points.

Premièrement, il serait intéressant d'optimiser la vitesse de chargement du site en général. Malheureusement, malgré des tentatives d'améliorations sur ce point, notre site reste quand même relativement lent au niveau de chargement. Ce point peut nous causer un certain tort à long terme et, dans un cas réel, ce serait primordial d'y travailler.

Deuxièmement, l'optimisation de la recherche serait un point intéressant sur lequel travailler. La barre de recherche est primordiale pour l'ergonomie d'un site e-commerce. La recherche doit être précise et rapide pour que les utilisateurs puissent trouver rapidement ce qu'ils cherchent. Une recherche dynamique (sans submit) serait aussi un vrai plus pour notre site.

Troisièmement, le site est actuellement disponible uniquement en français. Or, notre public cible est aussi bien valable pour la Suisse romande que pour le reste du pays. Il serait intéressant d'offrir en tout cas une version allemande et même italienne à long terme. Des plugins sont disponibles pour faire la traduction automatiquement. Cependant, les traductions ne sont pas toujours parfaites. Une telle mise en place prendrait donc beaucoup de temps, mais serait, selon nous, un point crucial pour un site e-commerce en Suisse efficace et rentable.

14 PERFORMANCE

Afin de présenter les indicateurs de performance de manière claire, nous nous sommes rappelé qu'il existait Google Data Studio, maintenant nommé Looker Studio.

Nous nous sommes connectés et avons créé un nouveau projet après avoir confirmé le pays de résidence et le nom de l'entreprise.

The screenshot shows the Looker Studio interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs for 'Créer', 'Éléments récents', 'Reports' (which is selected), 'Sources de données', and 'Explorateur'. Below this is a sidebar with 'Éléments récents' sections for 'Partagés avec moi', 'M'appartenant', 'Corbeille', and 'Modèles'. The main area displays a grid of recent reports: 'Rapport vide Looker Studio', 'Rapport du tutoriel Looker Studio', 'Marketing d'Acme Google Analytics', 'Search Console Report Search Console', 'Google Ads Overview Google Ads', and 'YouTube Channel Report YouTube Analytics'. Below the grid are dropdown menus for 'Nom', 'Indifférent', and 'Dernière ouverture par moi'. Two smaller windows are overlaid: one for 'Pour commencer, finalisez la configuration de votre compte' with fields for 'Pays' (Suisse) and 'Société' (Burgers Lovers), and another for 'Pour commencer, finalisez la configuration de votre compte' with sections for 'Conseils et recommandations', 'Annonces relatives au produit', and 'Etudes de marché'.

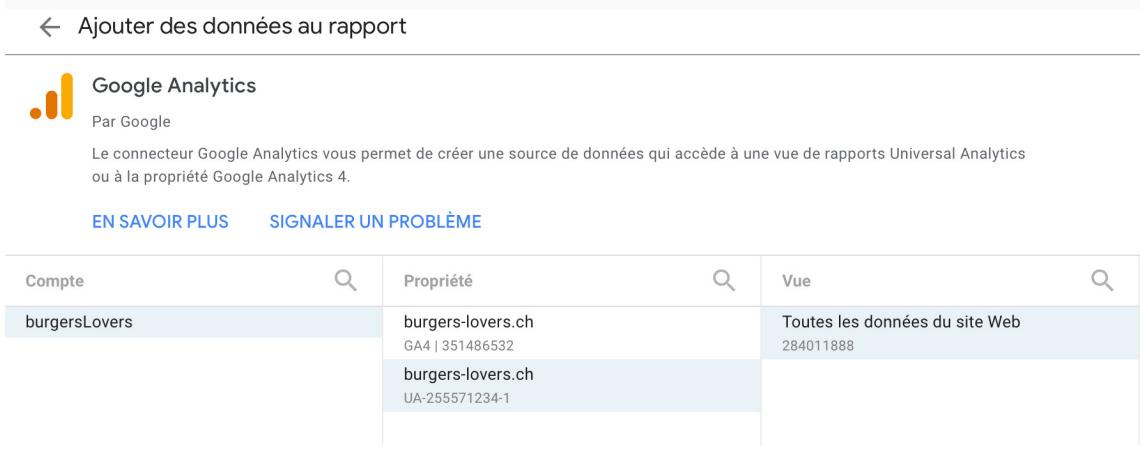
Une fois sur le nouveau projet, nous avons cliqué sur ajouter des données, puis, Google Analytics puisque que le compte est déjà relié au site.

The screenshot shows the 'Ajouter des données au rapport' section of the Looker Studio interface. It features a header with the project name 'Indicateurs de performances Brugers-lovers.ch' and a navigation bar with 'Fichier', 'Vue', 'Page', and 'Aide'. Below this is a search bar with 'Rechercher' placeholder text. A list titled 'Google Connectors (24)' shows two items: 'Looker' (Par Google) and 'Google Analytics' (Par Google). Both connectors have a 'Associer à des données' button and a '... More' button.

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

14 PERFORMANCE



The screenshot shows the 'Ajouter des données au rapport' (Add data to report) screen for the Google Analytics connector. It displays three rows of data:

Compte	Propriété	Vue
burgersLovers	burgers-lovers.ch GA4 351486532	Toutes les données du site Web 284011888
	burgers-lovers.ch UA-255571234-1	

A modal window titled 'Vous êtes sur le point d'ajouter des données à ce rapport' (You are about to add data to this report) is displayed. It contains the following information:

burgers-lovers.ch

Remarque : Les éditeurs de rapports peuvent créer des graphiques à l'aide des nouvelles sources de données. Ils peuvent également ajouter des dimensions et des métriques qui ne sont pas actuellement incluses dans le rapport.

Ne plus afficher ce message

ANNULER AJOUTER AU RAPPORT

Une fois les données reliées à UA (Universal Analytics) malgré son futur arrêt en juillet 2023 (source mail d'un ancien projet), nous avons ajouté les titres ainsi que les différents champs correspondants.

Pour le nombre de visites, il s'agit du nombre de sessions.

Pour le taux de conversion, il s'agit du taux de conversion moyen de l'e-commerce.

Pour le parcours d'achat, étape d'achat.

Pour le panier moyen, il s'agit de la valeur moyenne de la commande.

Pour le chiffre d'affaires, il s'agit du champ du même nom.

Pour disposer de la liste des produits qui se vendent le mieux, étape d'achat.

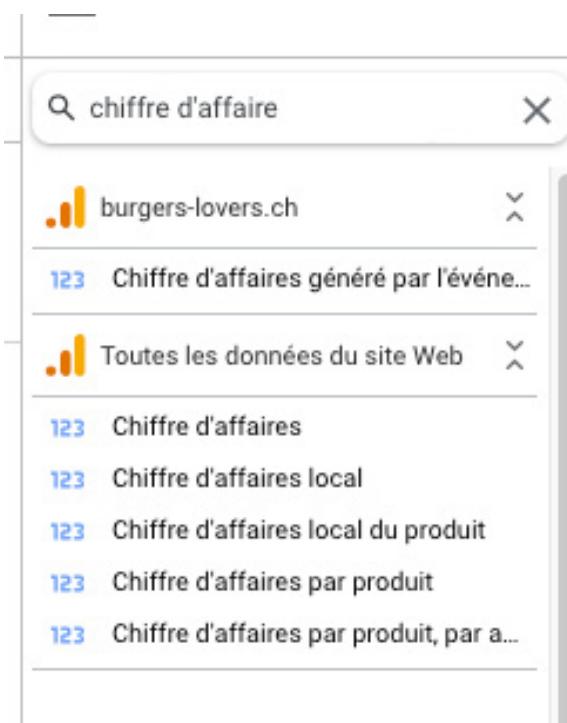
Nous remarquons que pour avoir le suivi de certaines choses, il nous faudrait tout de même Google Analytics 4 et après discussion nous nous sommes dit qu'il était tout de même préférable de procéder à la transition comme la [page d'aide de Google](#) l'indique.

Projet E-Commerce

Après avoir tenté plusieurs manipulations, selon le guide, nous remarquons que oui, nous avons déjà une balise GA4.

Nous avons certaines difficultés, car certaines données viennent de UA et ne sont pas disponibles depuis GA4 comme le montre la capture d'écran suivante. Nous avons tenté d'installer Google Tag Manager via Site Kit pour voir si les données arriveraient, mais il ne faut pas oublier deux choses, Site Kit nous informe qu'il n'y a pas assez de données pour générer des statistiques et que Google Analytics nous informe qu'il faudrait au maximum 24 heures depuis l'initialisation pour que les données remontent.

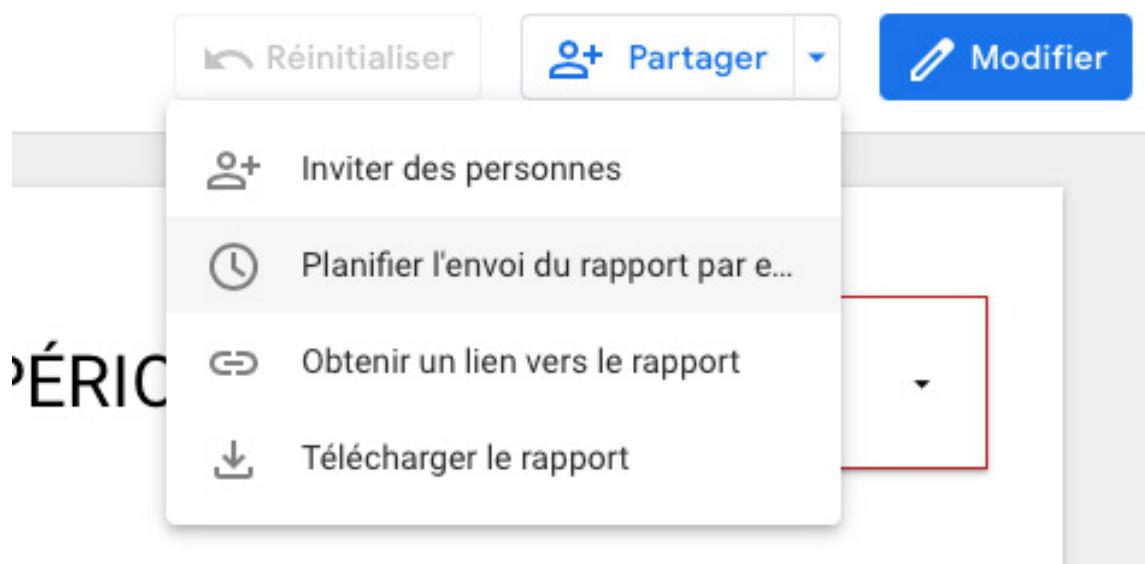
Pour la plupart des informations, nous n'avons pas de données, car, à ce que nous avons compris, puisque nous avons mis WooCommerce en mode test afin qu'aucune vraie transaction ne puisse être faite, Google Data Analytics ne remonte pas les données.



14 PERFORMANCE

Looker Studio permet d'envoyer des rapports automatiquement à une fréquence bien précise, et ce, en quelques clics. Il suffit de cliquer sur le menu déroulant à côté du bouton « Partager » et cliquer sur « Planifier l'envoi du rapport par email », il suffit ensuite de paramétriser certaines choses comme le destinataire qui se mets par défaut si besoin, l'objet si souhaité, la date et l'heure de début et la fréquence.

[Lien du rapport.](#)



Envoi par e-mail X

Planifiez l'envoi de ce rapport par e-mail. [En savoir plus](#)

De

À Ajouter d'autres destinataires

Personnaliser l'objet et le contenu de l'e-mail

Heure de début UTC+01:00 France

Répéter

Chaque

Activés

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Dans les grandes lignes, pour améliorer le SEO, nous pouvons faire en premier des manipulations qui ne demandent pas des efforts conséquents.

Dans les articles de blog, nous avons mis des liens qui redirigent vers des produits présents dans le site.

Nous avons fait la même manipulation sur les réseaux sociaux qui redirigent vers le site web, ce qui fait que le robot d'indexation de Google détecte que d'autres pages peuvent rediriger l'internaute vers notre site web.

Nous pouvons également installer le plugin nommé « The SEO Framework » ou encore « Jet Pack », recommandés durant le cours de l'année précédente « MarkDig » soit Marketing Digital.

Dans notre cas, JetPack s'est installé en même temps que le plugin « WooCommerce ».

Il suffit de quelques clics pour que le plugin soit fonctionnel.

Nous avons par la suite créé le fichier sitemap.xml, mis à jour les titres de manière automatisée, changé la description du site visible depuis les résultats de recherche Google ou lorsqu'on partage le site sur les réseaux sociaux.

Nous avons aussi demandé à JetPack d'accélérer le site web.



Ignorer

Dites-nous en plus sur Burgers Lovers ?

Pour vous aider à tirer le meilleur parti de Jetpack, parlez-nous de votre site. Sélectionnez toutes les propositions qui s'appliquent :

Je crée ou gère ce site pour un client

Il s'agit d'une boutique e-commerce

Il s'agit d'un site personnel

Continuer

Accédez à toutes les fonctionnalités offertes par Jetpack.
Découvrez nos favorites !

Bienvenue dans Jetpack ! Outils de sécurité, de croissance et de performance pour les entreprises WordPress

Jetpack est l'extension parfaite à WooCommerce, créée par WordPress pour rendre votre boutique plus sûre et plus rapide et développer votre entreprise.

[Continuer vers Jetpack](#)

Outils de sécurité

- ✓ Surveillance des temps d'arrêts gratuite
- ✓ Prévention gratuite des attaques de force brute
- ✓ Sauvegarde complète de la boutique et des commandes
- ✓ Recherche de logiciels malveillants automatisée
- ✓ Protection des commentaires et formulaires contre les indésirables

Outils de performance

- ✓ Réseau de diffusion de contenu (CDN) gratuit
- ✓ Chargement optimisé des images gratuit
- ✓ Outils SEO gratuits
- ✓ Recherche de site instantanée
- ✓ Hébergement vidéo WordPress sans publicités

Outils de croissance

- ✓ Statistiques du site gratuites
- ✓ Outils de réseaux sociaux gratuits
- ✓ Articles similaires gratuits
- ✓ Accepter les paiements
- ✓ Accès au réseau publicitaire

NOUVEAU

Un nombre d'extensions accru implique une plus grande responsabilité.

Dès lors que vous ajoutez des extensions à votre site, vous devez penser au risque de vulnérabilités.

Jetpack Protect est une solution de sécurité gratuite pour WordPress qui effectue des analyses automatisées de votre site et vous avertit des vulnérabilités.

Concentrez-vous sur la gestion de votre entreprise et laissez-nous assurer la sécurité de votre site avec Jetpack Protect. [En savoir plus](#).



Jetpack Security offre une protection complète de votre site ainsi que des sauvegardes.

- ✓ Sauvegardes en temps réel dans le cloud avec un stockage de 10 Go
- ✓ Recherche de logiciels malveillants automatisée en temps réel
- ✓ Résolution de la plupart des menaces en un seul clic
- ✓ Protection des commentaires et formulaires contre les indésirables

[Installer Protect gratuitement](#)
[Pas maintenant](#)
[Ajouter Jetpack Security](#)

Jetpack

Protégez votre boutique WooCommerce avec Jetpack Backup.
À chaque fois que votre boutique n'est plus accessible, vous passez à côté de ventes. Le rétablissement en un clic vous permet de revenir en ligne rapidement si un problème se produit. [OBTENIR DES SAUVEGARDES](#)

Votre site utilise Jetpack mais pour profiter de toutes ses fonctionnalités, vous devrez connecter votre compte à WordPress.com. [Connectez votre compte WordPress.com](#)

D'un coup d'œil Offres Recommandations 1 Mon Jetpack

Jetpack Stats

Jours Semaines Mois

Vues aujourd'hui	Meilleure journée globale	Vues depuis la création	Commentaires depuis la création
26	190 vues janvier 30, 2023	255	1

Jetpack

Votre site utilise Jetpack mais pour profiter de toutes ses fonctionnalités, vous devrez connecter votre compte à WordPress.com. [Connectez votre compte WordPress.com](#)

Sécurité Performance Rédaction Partage Discussion **Trafic** [🔍](#)

Sitemaps

Les sitemaps sont des fichiers que les moteurs de recherche comme Google ou Bing utilisent pour indexer votre site Web. Ils permettent d'améliorer votre classement dans les résultats de recherche. Lorsque vous activez cette fonctionnalité, Jetpack crée des sitemaps pour vous et les met à jour automatiquement lorsque le contenu de votre site change.

Générer des sitemaps XML

Optimisation pour les moteurs de recherche

[Enregistrer les paramètres](#)

Contrôlez la façon dont les moteurs de recherche représentent votre site. Avec les outils de référencement de Jetpack, vous pouvez prévisualiser la manière dont votre contenu sera affiché sur les moteurs de recherche populaires et modifier les champs tels que le nom de votre site et la description, en quelques secondes.

Personnalisez vos options de référencement

Développez pour personnaliser les structures de titres de pages de votre site. [▼](#)

Développez pour modifier la description des métadonnées de votre page d'accueil. [▼](#)

Développez pour avoir un aperçu de l'apparence des paramètres d'optimisation de votre page d'accueil sur Google, Facebook et Twitter. [▼](#)

Projet E-Commerce

89

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Développez pour personnaliser les structures de titres de pages de votre site.

Vous pouvez définir la structure des titres de page pour les différentes sections de votre site. En procédant de la sorte, vous modifierez la façon dont le titre de votre site sera affiché dans les résultats des moteurs de recherche, sur les réseaux sociaux et dans les onglets de navigateur.

Page d'accueil	+ Titre du site	+ Slogan	
Accueil - [site_name] - [tagline]			
Aperçu: Accueil - Burgers Lovers - I do it myself			
Articles	+ Titre du site	+ Slogan	+ Titre de l'article
Blog - [site_name] - [tagline]			
Aperçu: Blog - Burgers Lovers - I do it myself			
Pages	+ Titre du site	+ Slogan	+ Titre de la page
[site_name] - [tagline]			
Aperçu: Burgers Lovers - I do it myself			
Étiquettes	+ Titre du site	+ Slogan	+ Balise ou nom de catégorie
[site_name] - [tagline]			
Aperçu: Burgers Lovers - I do it myself			
Archives	+ Titre du site	+ Slogan	+ Titre d'archive
[site_name] - [tagline]			
Aperçu: Burgers Lovers - I do it myself			

[Enregistrer les paramètres](#)

Développez pour modifier la description des métadonnées de votre page d'accueil.

Rédigez, en 160 caractères maximum, une description de votre site Web qui sera utilisée pour votre page d'accueil dans les résultats des moteurs de recherche et lorsque votre site Web est partagé sur les réseaux sociaux.

Description des métadonnées de la page d'accueil

Êtes-vous un amoureux des burgers ? Découvrez des articles qui vous permettront de montrer votre amour envers eux et devenez un "Burger Lover".

143 caractères

[Enregistrer les paramètres](#)

G Recherche Google

burgers-lovers.ch ▾

Burgers Lovers

Êtes-vous un amoureux des burgers ? Découvrez des articles qui vous permettront de montrer votre amour envers eux et devenez un "Burger Lover".

#iDoltMyself

Avant de développer les différents réseaux sociaux, nous avons lancé le hashtag #iDoltMyselfBG pour que nos abonnés puissent partager leur expérience burger avec nous et avec les autres membres de notre communauté. Nous voulons que nos abonnés soient fiers de leurs créations culinaires et que nous puissions les célébrer ensemble. En partageant anecdotes, photos, conseils et histoires, nous pouvons tous apprendre les uns des autres et améliorer nos compétences en cuisine. C'est aussi un moyen pour nous de mieux comprendre les besoins et les souhaits de notre communauté, ce qui nous aidera à mieux les servir à l'avenir.

Facebook

Facebook est un réseau social très populaire qui peut être utilisé pour atteindre une audience large et ciblée. Cela peut être très utile pour une stratégie de marketing sur les réseaux sociaux, car il offre de nombreuses opportunités pour engager les utilisateurs, construire la notoriété de la marque et promouvoir les produits. Consultez notre page [Facebook](#) pour découvrir visuellement notre stratégie sur ce réseau. [Page actualisée](#) (voir Facebook for WooCommerce)

Ciblage

La cible principale de notre stratégie sur Facebook serait principalement composée par les milléniaux et les générations post-millénaires, âgés de 25 à 40 ans. Ce sont des consommateurs qui sont actifs sur les réseaux sociaux, en ligne et à la recherche de nouvelles idées de recettes et de produits pour améliorer leur expérience culinaire. Ce sont également des consommateurs qui sont prêts à dépenser de l'argent pour des produits et des accessoires de cuisine. En ciblant cette tranche d'âge, nous espérons atteindre des consommateurs qui sont plus susceptibles d'acheter nos produits et de les recommander à leurs amis et à leur famille. Cependant, il est important de noter que la cible sur ce réseau penche plus vers la partie haute de la tranche d'âge.

Stratégie

Nous souhaitons adopter une approche de contenu créatif et engageant pour inciter la cible à interagir avec notre marque. À long terme, nous souhaitons développer la stratégie sur quatre axes principaux développés ci-dessous.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Contenu informatif

Notre stratégie de contenu informatif sur Facebook sera conçue pour informer les utilisateurs sur nos produits utiles à la confection de hamburgers, nos livres de recettes et nos goodies et accessoires à l'effigie du hamburger. Nous publierons des informations détaillées sur chaque produit, y compris les caractéristiques, les avantages et les spécificités de chacun. Nous viserons à fournir aux utilisateurs toutes les informations dont ils ont besoin pour prendre une décision d'achat éclairée.

Notre objectif est de fournir un contenu utile et informatif qui aidera les utilisateurs à tirer le meilleur parti de nos produits et à préparer des hamburgers délicieux à la maison. Nous espérons que ce contenu stimulera l'intérêt pour notre marque et incitera les utilisateurs à acheter nos produits.

Conseils de cuisine

Notre stratégie de contenu de cuisine sur Facebook vise à aider les utilisateurs à préparer des hamburgers délicieux à la maison en utilisant nos produits. Nous publierons des vidéos de cuisine pour montrer étape par étape comment préparer des hamburgers, du choix des ingrédients à la préparation des sauces et des garnitures. Nous ferons en sorte que les vidéos soient claires, concises et faciles à suivre, de manière que les utilisateurs puissent reproduire les recettes chez eux.

Nous inclurons également des astuces et des conseils pour aider les utilisateurs à améliorer leur cuisine. Nous partagerons des conseils pour sélectionner les meilleurs ingrédients, des conseils pour préparer des sauces délicieuses et des astuces pour cuire les hamburgers à la perfection. Nous ferons en sorte que les utilisateurs aient toutes les informations dont ils ont besoin pour préparer des hamburgers de qualité supérieure à la maison.

Concours et jeux

Notre stratégie de concours et jeux sur Facebook vise à encourager les utilisateurs à interagir avec notre marque. Nous organiserons régulièrement des concours pour inciter les utilisateurs à partager leurs photos de hamburgers préférés ou leurs astuces de cuisine. Nous pourrions également organiser des jeux pour tester les connaissances des utilisateurs sur les hamburgers et les ingrédients associés.

Les gagnants seront récompensés avec des produits de notre site e-commerce ou des gadgets à l'effigie du hamburger. Les utilisateurs seront incités à participer à ces activités en raison des récompenses attrayantes et du fait que les concours et jeux permettent de renforcer leur engagement avec notre marque.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

En organisant ces activités, nous espérons créer un sentiment de communauté autour de notre marque et inciter les utilisateurs à interagir avec notre contenu sur Facebook. Nous espérons également que les utilisateurs parleront de notre marque à leurs amis et à leur famille, ce qui peut élargir notre portée et augmenter notre notoriété.

Enfin, les concours et jeux peuvent également nous aider à collecter des données sur les utilisateurs, ce qui peut être utilisé pour améliorer notre stratégie marketing à l'avenir.

La parole est à vous

Notre stratégie consistera à encourager les internautes à partager leurs propres histoires, anecdotes et conseils liés aux hamburgers et à la cuisine. Nous organiserons des sondages et des défis sur Facebook pour inciter les utilisateurs à partager leur propre contenu, par exemple en leur demandant de nous envoyer des photos de leurs créations de hamburgers les plus originales ou en les invitant à partager leurs astuces de cuisine préférées pour la confection de hamburgers. Nous mettrons en évidence les meilleures contributions en les partageant sur notre page Facebook pour encourager davantage d'interactions et de partages. Cela aidera non seulement à renforcer notre engagement avec notre audience, mais permettra également de créer une communauté en ligne active autour de notre marque et de notre passion pour les hamburgers.

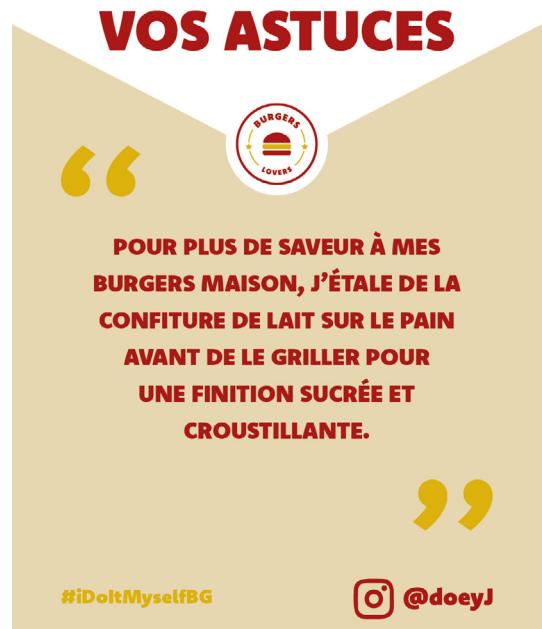
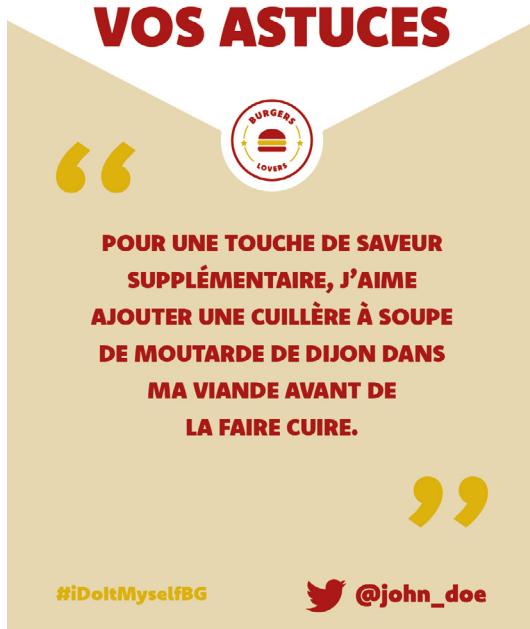
Publications

Nous allons à présent jeter un œil aux différentes publications que nous avons créées pour ce réseau social.

Astuces

La première publication que nous avons lancée sur Facebook est basée sur le #iDoltMyselfBG expliqué au début de cette partie du rapport. Elle expose pour les utilisateurs deux conseils écrits par les internautes repris du hashtag. La description est composée du texte suivant « Découvrez les astuces culinaires de nos fans ! Suivez leurs conseils pour préparer des burgers délicieux à la maison avec nos produits. Partagez vos propres astuces pour faire partie de notre communauté culinaire à travers #iDoltMyselfBG ». De plus, nous y avons intégré un lien de redirection vers notre site web et ces hashtags : #BurgersLovers, #food, #homecooking et #hamburger. Nous n'avons pas souhaité en rajouter davantage pour éviter de surcharger la publication.

Voici le visuel des deux images accompagnant le post :



Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Produit phare

La deuxième publication pour Facebook est la mise en avant de notre produit coup de cœur du mois. Elle expose pour les followers les avantages du produit et ses caractéristiques principales. La description est la suivante : « Notre coup de cœur du mois est notre porte hamburgers en silicone réutilisable ! Avec son design sans BPA, vous pourrez préparer des sandwichs parfaitement formés à chaque fois. La presse à viande intégrée vous aidera à obtenir des galettes compactes, tandis que le moule assure des formes parfaites. Le meilleur de tous, il est facile à nettoyer au lave-vaisselle. Embrassez la durabilité avec style en vous procurant notre boîte à hamburgers réutilisable dès maintenant ! Découvrez plus de produits dès maintenant ». Comme toujours, nous avons ajouté le lien vers notre site web et les hashtags : #BurgersLovers, #food, #homecooking et #hamburger.

Voici le visuel de l'image accompagnant le post :



Ces différents posts sont aussi pertinents pour notre page Instagram. Pour cette raison, nous avons décidé de les reprendre sur cette plateforme.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Instagram

Instagram est attrayant pour notre marketing, car il permet d'atteindre une audience visuelle importante. Les publications sur Instagram sont généralement visuelles, telles que des images et des vidéos, ce qui peut être très efficace pour promouvoir des produits, construire la notoriété de la marque et engager les utilisateurs. Consultez notre page [Instagram](#) pour découvrir visuellement notre stratégie sur ce réseau.

Ciblage

Notre ciblage sur Instagram serait axé sur les amateurs de hamburgers, les passionnés de cuisine et les consommateurs conscients des tendances en matière de gastronomie. Nous pourrions cibler les utilisateurs qui suivent déjà des comptes de cuisine, de restaurants ou de blogs culinaires, ainsi que les consommateurs intéressés par les produits de cuisine de qualité supérieure et les objets de collection. La tranche d'âge la plus susceptible d'adhérer à notre contenu se situe approximativement entre 20 et 35 ans.

Stratégie

Notre stratégie de contenu sur Instagram vise à créer une présence en ligne engageante et inspirante pour notre public cible. De manière générale nous allons garder une stratégie assez proche avec celle de Facebook. Nous allons donc publier du contenu qui parle directement à cette communauté en publiant des photos de nos produits, des images de burgers créatifs et délicieux, des astuces de cuisine pour les aider à perfectionner leurs créations, ainsi que des concours et des promotions pour les inciter à s'engager avec notre marque.

Nous allons également utiliser des hashtags pertinents pour notre niche pour attirer une audience supplémentaire et augmenter la visibilité de notre marque.

De plus, les stories Instagram peuvent être un canal intéressant pour obtenir des informations sur nos abonnés via des sondages, du contenu supplémentaire pour le hashtag #iDoltMySelfBG et d'autres interactions en tout genre.

Influenceurs

Le gros point sur lequel nous souhaitons nous concentrer sur Instagram serait le partenariat avec des influenceurs. Dans un premier temps, ce serait des tout petits influenceurs comme le compte de [gantsbleus](#). Le fait de se concentrer dans un premier temps sur des petits influenceurs peut être très positif pour notre image et garantir de bonnes relations à long terme.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Publications

Nous allons à présent jeter un œil aux différentes publications que nous avons créées pour ce réseau social.

Concours

Nous avons décidé que, pour marquer le coup, notre première publication sur la plateforme pourrait être un concours. Ce type de publications très fréquentes sur Instagram génère un nombre de likes, d'abonnements, de partages et de commentaires important. Elle offre trois lots différents : un bon de 100 francs, un bon d'un rabais de 10% et un bon pour une commande sans frais d'expédition. Pour éviter tout problème, nous avons ajouté au tout début de la description le texte suivant : « Concours fictif dans le cadre d'un projet de cours, aucun tirage n'aura lieu ». Voici le reste de la description : « Êtes-vous prêt à vivre une expérience hamburger inoubliable? Rejoignez notre concours Instagram. Condition de participation :

- Être abonné au compte @burgers_lovers.ch
- Liker ce post
- Identifier trois amis dans les commentaires

Trois gagnants seront choisis au hasard pour remporter l'un de nos fantastiques prix :

- Un bon d'achat de 100.-
- Un bon de réduction de 10%
- Un envoi gratuit

Ne manquez pas cette chance de vivre une expérience gastronomique inoubliable avec nous! Les gagnants seront tirés au sort le vendredi 10 février 2023.». De plus, la description sera accompagnée du nom de notre site web (les liens sont interdits dans les descriptions des publications Instagram) et les hashtags suivants : #BurgersLovers, #food, #homecooking et #hamburger.

Le concours a aussi été posté sur Facebook pour atteindre davantage de participants.

Le visuel du concours est visible à la page suivante.

16 RÉSEAUX SOCIAUX

CONCOURS



INFOS ET CONDITIONS EN
DESCRIPTIONS

GIFT
FOR
YOU

100.-



LOT NO. 1

GIFT
FOR
YOU 10%



LOT NO. 2

GIFT
FOR
YOU

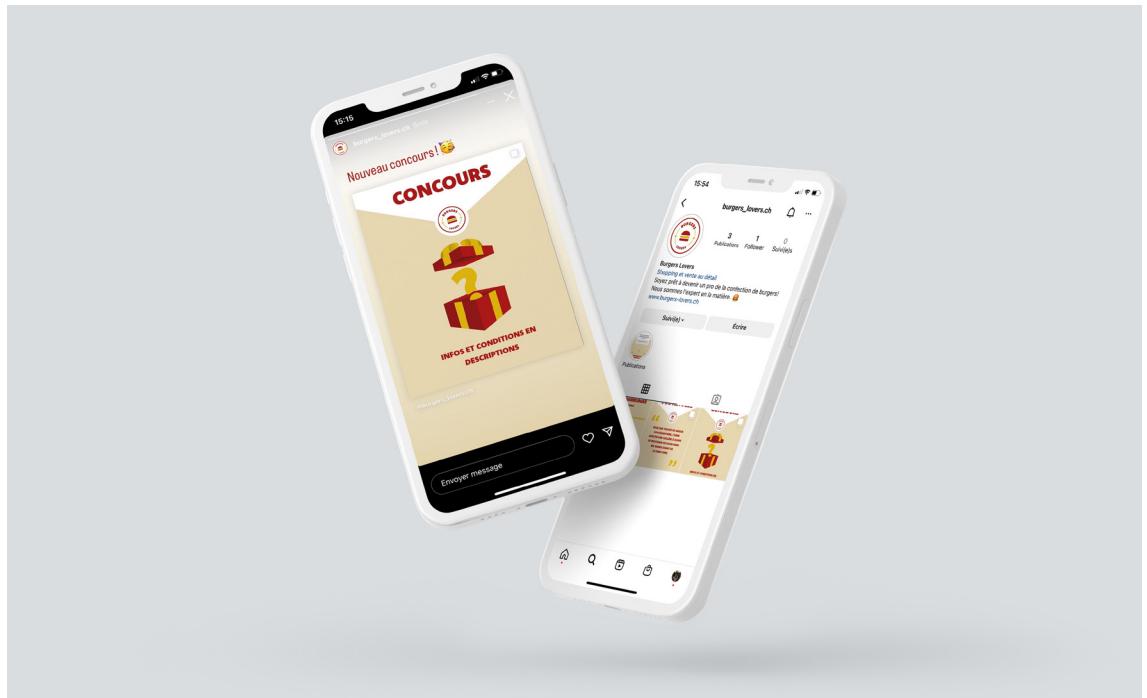
FREE
SHIPPING



LOT NO. 3

16 RÉSEAUX SOCIAUX

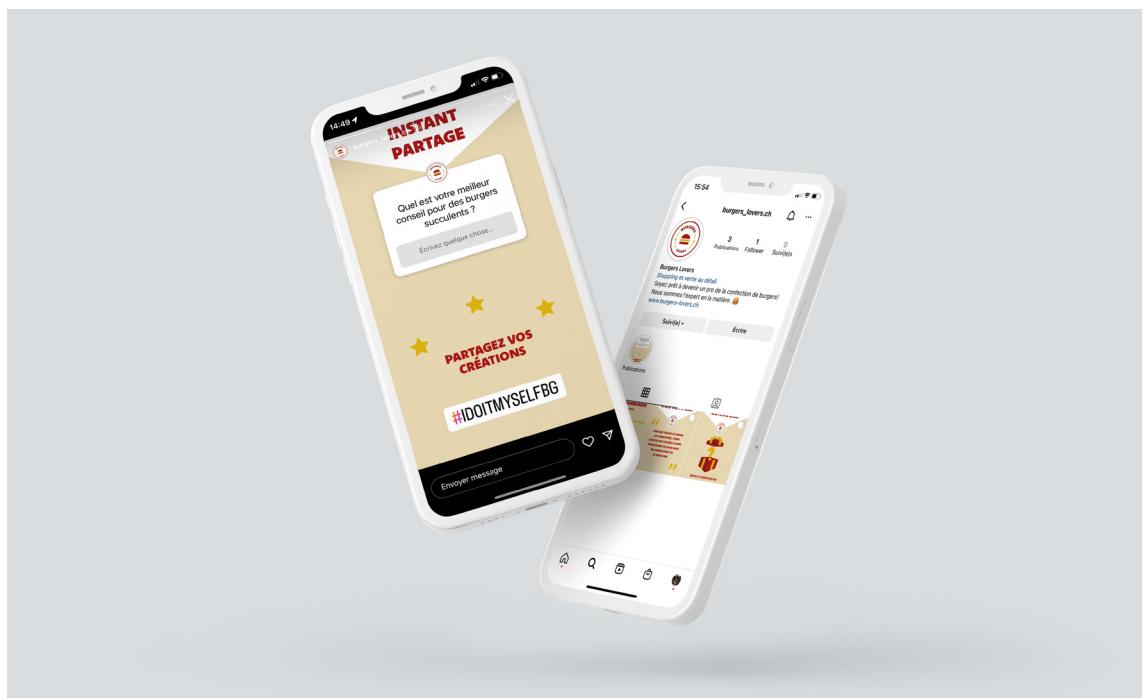
De plus, nous avons boosté la publication en la repostant en story :



Stories

Les prochaines publications sont des stories pour augmenter l'interactivité avec les internautes.

La première est une story ayant pour but d'obtenir des astuces des internautes pour la confection de hamburgers succulents maison en profitant de l'option question des stories Instagram.

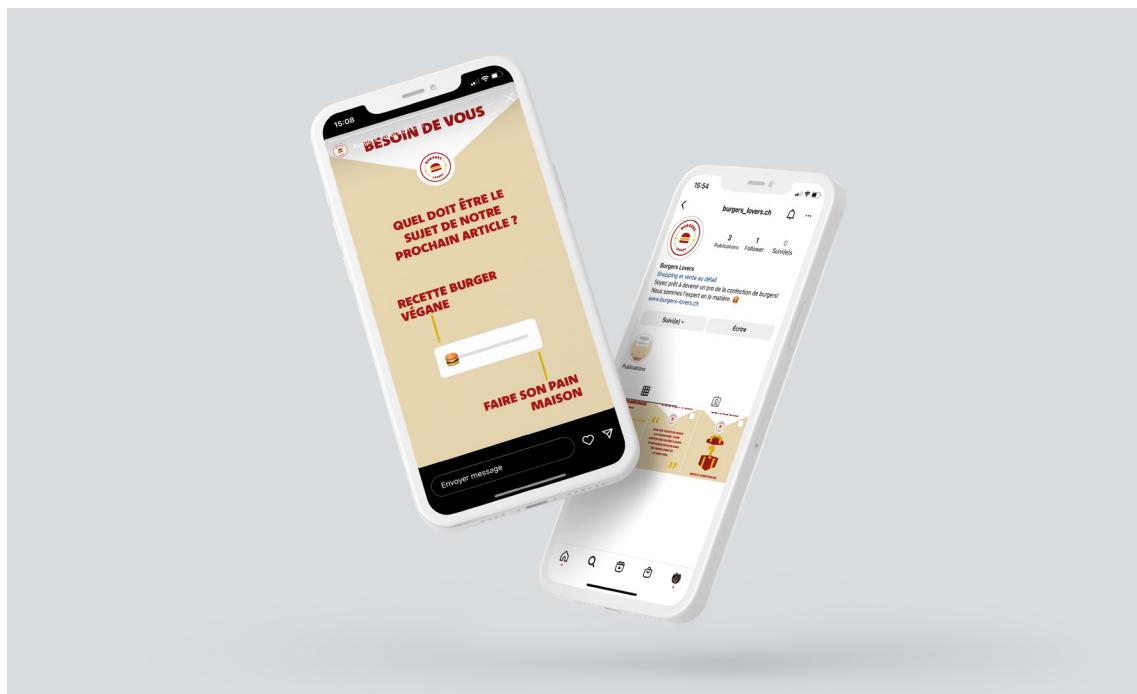


Projet E-Commerce

99

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

La deuxième story est un sondage pour connaître les envies des internautes vis-à-vis des prochains articles pour le blog de notre site web. Nous proposons le choix entre un article parlant d'une recette de burger végane et une recette pour faire son pain à hamburger maison.



Twitter

Twitter peut offrir de nombreux avantages pour notre boutique. La plateforme permet de diffuser des informations en temps réel et de renforcer la notoriété de la marque. De plus, Twitter est un canal de communication efficace pour établir un lien direct avec les consommateurs et générer une conversation. Il peut également être utilisé pour annoncer des promotions, des offres spéciales et du contenu exclusif, stimulant ainsi l'engagement et les ventes. Consultez notre page [Twitter](#) pour découvrir visuellement notre stratégie sur ce réseau.

Cible

Notre cible sur Twitter serait les amateurs de hamburgers, les cuisiniers amateurs, les amateurs de fast-food, les foodies, les amateurs de cuisine et les amateurs de produits liés au hamburger. Cette cible serait intéressée par les dernières tendances en matière de burgers, les nouvelles recettes, les nouveaux produits et les nouvelles tendances du marché du hamburger. Nous pourrions cibler les personnes intéressées par les produits de qualité, les produits locaux et les produits respectueux de l'environnement. Nous pourrions également cibler les personnes intéressées par la culture du hamburger et les événements liés à ce domaine.

Projet E-Commerce

De plus, la cible inclut également les passionnés de hamburgers qui cherchent à partager leurs anecdotes, créations et conseils avec d'autres amateurs de hamburgers. En leur permettant de s'engager sur notre compte et de participer à des conversations sur le sujet, nous pouvons renforcer leur engagement envers notre marque et renforcer notre position en tant qu'experts dans le domaine. En encourageant les conversations et en partageant les contributions des utilisateurs, nous pouvons établir une communauté forte et engagée autour de notre passion pour les hamburgers.

Stratégie

Notre stratégie sur Twitter sera principalement axée sur le hashtag #iDoltMyselfBG, afin de permettre aux utilisateurs de partager leurs anecdotes, conseils et créations autour de la préparation de hamburgers. Nous allons encourager les internautes à partager leur expérience en utilisant ce hashtag, en leur donnant la possibilité de se faire connaître et en leur montrant notre engagement envers la communauté.

Nous allons également publier régulièrement du contenu original lié à la préparation de hamburgers, tels que des astuces, des recettes, des photos de nos produits, ainsi que des posts mettant en avant les contributions des utilisateurs. Cela nous permettra de renforcer la notoriété de la marque et de construire une communauté solide autour de notre passion pour les hamburgers.

Enfin, nous allons utiliser Twitter pour interagir avec notre public, en répondant à leurs questions et en les encourageant à continuer à partager leur expérience. Nous allons également suivre les tendances actuelles et les sujets pertinents pour rester connectés avec notre public et continuer à développer notre stratégie sur ce réseau social.

Publications

Nous allons à présent jeter un œil aux différentes publications que nous avons créées pour ce réseau social.

Notre stratégie étant principalement axée sur la discussion, nous avons posté plusieurs Tweets pour engendrer des interactions avec notre communauté. Pour l'instant, il y en a quatre. Deux utilisent les #iDoltMyselfBG. L'un propose de répondre avec des conseils pour la confection de burgers maison et l'autre propose de partager les créations des internautes. Un autre utilise le #BurgersLoversRespond pour lancer une FAQ. Le dernier utilise le #BurgerDabate pour lancer une discussion autour des ingrédients qui doivent impérativement se retrouver dans un burger.

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

16 RÉSEAUX SOCIAUX

Voici les quatre tweets :



Burgers Lovers @LoversBurgers · 1 m ...

Partagez vos astuces pour des burgers succulents avec le hashtag [#iDoltMyselfBG](#) ! Nous voulons voir comment vous les faites à la maison 🍔

#BurgersLovers #food #homecooking
#hamburger



Burgers Lovers @LoversBurgers · 1 m ...

Prêts à impressionner vos invités? Partagez vos créations culinaires les plus originales avec le hashtag [#iDoltMyselfBG](#) ! On attend de voir vos burgers les plus délicieux 🍔🔥

#BurgersLovers #food #homecooking
#hamburger



Burgers Lovers @LoversBurgers · 2 m ...

Les amoureux de burgers, nous voulons entendre vos questions! Utilisez le [#BurgersLoversRepond](#) pour nous faire part de tout ce qui vous intéresse sur les burgers et nous répondrons à toutes vos interrogations 🍔👤 [#iDoltMyselfBG](#)



Burgers Lovers @LoversBurgers · 8 s ...

Quels ingrédients doivent impérativement se retrouver dans votre burger parfait? Partagez vos opinions et débattez avec nous en utilisant le [#BurgerDebate](#) 🍔❤️
[#BurgersLovers](#)



Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

TikTok

Tiktok est une plateforme de médias sociaux en pleine croissance qui peut être utilisée pour atteindre une audience large et engagée. Cela peut être très bénéfique pour une stratégie de marketing sur les réseaux sociaux, car il propose de nombreuses opportunités pour interagir avec les utilisateurs, renforcer la reconnaissance de la marque et promouvoir les produits de manière créative. Consultez notre profil [Tiktok](#) pour explorer visuellement notre stratégie sur ce réseau.

Ciblage

Notre ciblage sur TikTok se concentrera sur les amateurs de burgers et les personnes intéressées par la cuisine. Nous viserons les personnes qui cherchent des idées de recettes originales, des astuces pour préparer des burgers délicieux et des conseils pour équiper leur cuisine. Nous ciblerons également les personnes qui aiment partager leurs propres créations culinaires sur les réseaux sociaux.

Il est important de noter que sur TikTok nous nous concentrerons principalement sur les 13 à 24 ans, très actifs sur ce réseau et qui sont à la recherche de contenu divertissant et intéressant. Ce public est particulièrement important pour nous, car ils sont les consommateurs de demain et en développant une relation à long terme avec eux maintenant, nous pouvons les fidéliser à notre marque pour les années à venir.

Stratégie

Notre stratégie sur TikTok consiste à partager de courtes recettes vidéo de burgers pour captiver notre public cible. Nous allons créer des vidéos informatives pour aider les utilisateurs à améliorer leurs compétences culinaires en matière de burgers. De plus, nous exploiterons les tendances populaires sur le réseau pour assurer que notre contenu soit toujours pertinent et attractif. Le but est de construire une communauté autour de notre passion pour les burgers, en engageant les utilisateurs à travers des défis culinaires et des concours. Enfin, nous utiliserons des hashtags pertinents pour accroître notre portée et renforcer notre présence sur TikTok.

Projet E-Commerce

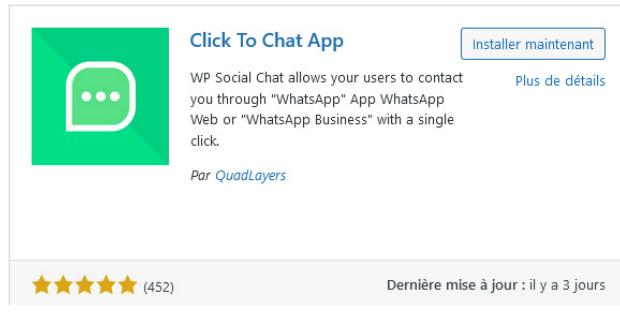
Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Publications

À titre d'exemple pour ce projet, nous avons créé une courte vidéo représentant une recette pour la confection d'un steak parfait pour les burgers maison. Elle peut être consultée sur notre profil. Une fois la vidéo postée, elle a été reprise sur notre compte Instagram pour y partager plus de contenu et pour ramener davantage d'abonnés sur TikTok depuis la plateforme. Notre publication est accompagnée par la description : « Apprenez à préparer le steak parfait ! Suivez nos astuces et ingrédients », la mention de notre site internet et les hashtags #iDoltMyselfBG, #hamburgers, #homecooking, #BurgersLovers et #food. De plus, sur TikTok, nous avons ajouté l'incontournable #fyp.

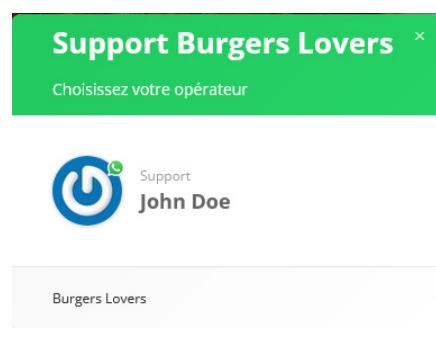
WhatsApp

Nous avons installé le plugin [Click To Chat App](#) pour intégrer un chat.



La version gratuite de cette extension n'est pas très facile à mettre en place. Cependant, une fois compris le fonctionnement, nous avons créé un opérateur en indiquant son nom (John Doe) et son numéro de téléphone.

Bien que tout fonctionne, dans un cas réel, on opterait probablement pour la version payante de l'extension. Le défaut principal de la version gratuite est que le chat s'ouvre dans WhatsApp. Il est beaucoup plus intéressant de profiter d'une boîte de dialogue directement sur le site.



Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Facebook for WooCommerce

[Facebook for WooCommerce](#) est un plugin WordPress qui permet de connecter notre boutique en ligne WooCommerce à notre page Facebook. Il nous permet de synchroniser les produits de notre boutique en ligne avec notre page Facebook, de vendre des produits directement sur Facebook et de suivre les performances de nos annonces de produits sur le réseau. Il offre également des fonctionnalités de ciblage pour améliorer la visibilité de nos produits auprès de notre public cible ainsi que des outils pour gérer les commandes et les remboursements directement à partir du tableau de bord Facebook.



Installation

L'installation de l'extension ne s'est pas très bien passée de manière générale même si on sent que Meta ait essayé de faire en sorte que l'intégration soit facile. Premièrement la création sous le nom Burgers Lovers n'était pas autorisée même si on était connectés avec le même compte qui avait la page. Nous en avons créé une autre appelée [BG Lovers](#) pour d'intégrer le tout de même le plugin. Le processus d'installation n'explique pas le problème et n'offre aucune solution.

Page Facebook

Burgers Lovers >

- La création de contenu sous ce nom n'est pas autorisée. Essayez un autre nom.



BG Lovers

0 personnes aiment ça



Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiro Miguel

Installation

Deuxièmement, le compte publicitaire n'était plus éligible alors qu'il avait été utilisé quelques jours auparavant. Facebook a demandé une vérification par carte d'identité.



Une fois ces problèmes réglés, nous avons pu poursuivre l'installation qui s'est bien terminée.


→


Confirmez les paramètres

WooCommerce Integration sera associé à :

Business Manager	Burgers Lovers - Business Manager >
Page Facebook	BG Lovers >
Profil Instagram	Ajouter un profil
Catalogue	Burgers Lovers - Catalogue >
Compte publicitaire	Burgers Lovers >
Pixel Meta	Burgers Lovers - Pixel Meta >

Cette application Business peut accéder aux informations que vous choisissez de partager avec elle et gérer des fonctionnalités de vos éléments professionnels.

En cliquant sur « Continuer » vous acceptez les [Conditions générales](#)

[Annuler](#) [Continuer](#)

Vous rencontrez un problème ? [Nous contacter](#) [Pages d'aide](#)

Qu'est-ce que WooCommerce Integration a l'autorisation de faire ?

i Il se peut que WooCommerce Integration ne fonctionne pas correctement si vous désactivez ces options.

Gérer les publicités pour les comptes publicitaires auxquels vous avez accès	Obligatoire
Accéder à vos publicités Facebook et aux statistiques associées	<input checked="" type="checkbox"/> OUI
Gérer vos catalogues produits	Obligatoire
Gérer vos catalogues produits	Obligatoire
Manage business extension	
Déclencher une interface d'extension de gestion d'entreprise supplémentaire	Obligatoire
Lire le contenu publié sur la Page	<input checked="" type="checkbox"/> OUI

[Annuler](#) [Précédent](#) [Suivant](#)

Ces étapes finies, nous avons accédé à notre catalogue Facebook et crée une boutique. Lors de la finalisation, une vérification nous est demandée. Nous avons opté pour la vérification par pièce d'identité. Une fois ces étapes finies, notre boutique Facebook devrait être disponible depuis Facebook.

i Vérification pour Burgers Lovers - Business Manager
Maintenant que vous avez créé votre boutique, vous devez vérifier l'entreprise ou l'organisation associée.

i Démarrer la vérification

Get your shop ready for customers
Shops use the power of social commerce to help you drive engagement and connect with customers in new ways. Your shop is free to set up and can be ready after just a few steps.

i **Vérifiez votre entreprise ou organisation**
Vous devrez vérifier le compte business associé avant de pouvoir publier votre boutique.

i **Vérification pour Burgers Lovers - Business Manager**
Merci d'avoir envoyé vos informations. L'examen de vos informations devrait prendre environ 2 jours ouvrés. Nous mettrons à jour le statut de la vérification une fois l'examen terminé.

✓ **Ajoutez des produits au catalogue**
Préparez votre boutique pour les clients en ajoutant des articles à découvrir, aimer et acheter. Ajouter d'autres articles

✓ **Personnalisez votre boutique**
Gérez la présentation de votre boutique, créez des collections d'articles, mettez certains produits à la une et plus encore. Personnaliser la boutique

i **Publier votre boutique**
Partagez votre boutique avec tous vos followers. Publier la boutique



Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

API de conversion

L'API de conversion de Facebook est une fonctionnalité qui permet aux vendeurs en ligne de suivre et de mesurer les actions de conversion effectuées sur leur site web à partir de la plateforme publicitaire Facebook. Cela inclut les achats en ligne, les abonnements à des newsletters, les inscriptions à des listes d'envoi et bien plus encore.

Elle est particulièrement utile pour les vendeurs en ligne qui utilisent WooCommerce, car elle leur permet de suivre de manière plus précise les performances de leurs campagnes publicitaires Facebook. Cela peut aider les vendeurs à mieux comprendre leurs clients et à adapter leur stratégie marketing en conséquence. En utilisant l'API de conversion de Facebook, les vendeurs peuvent tirer parti de la grande portée de la plateforme pour accroître leur visibilité et leur engagement avec leurs clients potentiels.

En utilisant l'API, les vendeurs peuvent également personnaliser les annonces pour cibler les clients qui ont déjà visité leur site web ou effectué un achat, ce qui peut entraîner des taux de conversion plus élevés. De plus, elle permet aux développeurs d'intégrer des fonctionnalités de conversion directement sur la plateforme Facebook, permettant ainsi aux vendeurs en ligne de maximiser leur potentiel de vente. Elle permet aux utilisateurs de finaliser leur achat directement sur Facebook sans être redirigés vers un autre site. Cela peut améliorer l'expérience d'achat pour les clients, ce qui peut entraîner une augmentation des conversions et des ventes.

Enfin, l'API de conversion permet aux vendeurs de mesurer les performances de leurs campagnes en temps réel et d'apporter rapidement des ajustements pour maximiser les résultats.

La mise en place d'une newsletter est essentielle pour tout site d'e-commerce qui souhaite maintenir une communication efficace avec sa clientèle. En s'inscrivant à la newsletter, les visiteurs peuvent recevoir des mises à jour sur les nouveaux produits, les offres spéciales et les ventes à venir. Cela permet aux clients de rester informés des dernières tendances et de ne rien manquer des meilleures offres.

En plus de tenir les clients informés, les newsletters peuvent également jouer un rôle clé dans la fidélisation de la clientèle. En communiquant régulièrement avec les clients via une newsletter, il est possible de renforcer leur engagement envers la marque et les inciter à effectuer des achats répétés. Les newsletters peuvent également aider à augmenter le taux de conversion en ciblant les clients avec des offres et des promotions personnalisées. En somme, les newsletters sont un moyen efficace de maintenir une relation à long terme avec la clientèle et d'augmenter les ventes. C'est pourquoi il est important d'inciter les visiteurs à s'inscrire à la newsletter de notre site d'e-commerce.

Mise en place

Pour mettre en place une newsletter, nous avons commencé par créer un compte sur [MailChimp](#) au nom de Burgers Lovers. Une fois le compte configuré et les quelques données obligatoires transmises à Mail Chimp, nous avons créé une liste de diffusion permettant de collecter les adresses e-mail de nos clients pour diffuser les newsletters à venir. Nous avons appelé la liste de diffusion « Newsletter Burgers Lovers ».

Une fois cette configuration préalable finie, nous nous sommes rendus sur la page d'administration de notre boutique en ligne et avons téléchargé l'extension gratuite [MailChimp for WooCommerce](#). Une fois l'extension activée, nous l'avons simplement reliée à notre compte MailChimp directement depuis l'interface de l'extension. Toute la force de MailChimp réside dans la simplicité d'utilisation qu'elle apporte.



Pop-in

L'utilisation d'un pop-in pour proposer l'inscription à une newsletter peut être très utile pour un site e-commerce, car cela offre un moyen efficace pour atteindre et communiquer avec les clients. Les pop-ins sont souvent utilisés pour capturer l'attention des utilisateurs et les inciter à effectuer une action spécifique, comme s'inscrire à une newsletter. Ils sont généralement conçus pour être rapides et faciles à utiliser, ce qui peut encourager les utilisateurs à s'inscrire sans avoir à quitter la page qu'ils visitent actuellement. En utilisant cette fonctionnalité pour proposer l'inscription, on peut facilement augmenter notre base de données de clients potentiels et renforcer notre relation avec ces derniers.

Pour proposer l'inscription à notre newsletter, nous demandons uniquement deux champs obligatoires. Le premier concerne l'e-mail de l'utilisateur. Il est essentiel pour que nous puissions envoyer les newsletters à nos clients. Le deuxième demande la date de naissance de l'utilisateur. Ce dernier nous sera utile pour personnaliser les interactions avec nos abonnés. Par exemple, nous pourrons envoyer une offre spéciale à l'occasion de leur anniversaire. Cela peut contribuer à améliorer l'expérience d'achat de nos clients en leur offrant des offres personnalisées. En limitant le nombre de champs à remplir, nous avons voulu rendre le processus d'inscription aussi simple et rapide que possible pour nos clients, ce qui peut inciter davantage d'utilisateurs à s'inscrire à notre newsletter.

Pour les autres éléments du pop-in, nous avons voulu rester simples. Nous avons ajouté un petit visuel que nous avons créé pour attirer l'attention des utilisateurs et renforcer l'impact visuel. Nous avons également inclus un titre d'accroche, «Restez à jour», pour inciter les utilisateurs à s'inscrire. De plus, nous avons rédigé un petit texte explicatif pour décrire les avantages de l'inscription à notre newsletter, tels que des offres exclusives, des coupons de réduction et les dernières tendances directement dans leur boîte de réception.

En outre, nous avons stylisé le bouton d'inscription pour correspondre au style général du site web. Ce bouton doit être clair et facile à comprendre pour les utilisateurs, afin qu'ils puissent s'inscrire facilement. Enfin, nous avons ajouté un lien vers notre politique de protection des données pour informer les utilisateurs sur la façon dont nous gérons leurs informations. En gardant les éléments simples et clairs, nous avons voulu rendre le processus d'inscription aussi transparent et intuitif que possible pour nos clients.

Le visuel de cet élément graphique est présenté à la page suivante ainsi que le message de confirmation.



Merci pour votre inscription

Une surprise vous attend dans vos mails !

Restez à jour

Ne manquez pas les meilleures offres et les dernières tendances en vous inscrivant à notre newsletter! Recevez des offres exclusives, des coupons de réduction et les dernières tendances directement dans votre boîte de réception.

Email *

Anniversaire *

 MM DD

S'inscrire

[Protection des données](#)

Made with Mailchimp

Coupon de réduction

Nous avons intégré un coupon de réduction pour notre site e-commerce lors de l'inscription à notre newsletter, car nous avons identifié deux avantages clés pour notre entreprise. Tout d'abord, nous savons que les coupons de réduction peuvent être un puissant levier pour inciter les utilisateurs à s'engager avec notre entreprise et à acheter sur notre site web. Nous espérons ainsi augmenter le nombre d'inscriptions.

En outre, nous voulons également fidéliser nos clients. Nous savons que les utilisateurs qui s'inscrivent à notre newsletter sont plus enclins à acheter sur notre site web à l'avenir, surtout s'ils bénéficient régulièrement d'avantages exclusifs. Les coupons de réduction sont un moyen simple et efficace de leur offrir une incitation supplémentaire à acheter sur notre site web, ce qui peut améliorer la rentabilité de notre site à long terme.

Avant de créer le mail de confirmation d'inscription, nous nous sommes donc penchés sur la création d'un code de réduction sur WooCommerce.

Encore une fois, la facilité d'utilisation de WooCommerce est presque déconcertante. Pour créer un coupon de réduction, il suffit de se rendre dans le menu « Marketing » puis dans le menu « Codes promo » de l'interface administrative de Burgers Lovers et de cliquer sur le bouton « Créer votre premier code promo ».

[Créer votre premier code promo](#)

[En savoir plus sur les codes promo](#)

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiroz Miguel

Ensute, il faut nommer le coupon de réduction, choisir un type de remise (« Remise en pourcentage » pour notre cas), la valeur du code promo (10 pour notre cas) et la date d'expiration. Pour ce dernier paramètre, nous avons indiqué le premier janvier 2024. De plus, nous préférons que les codes ne soient valables qu'une année quitte à en recréer par la suite. Nous avons décidé de ne pas intégrer la livraison gratuite à nos coupons de réduction.

Nous n'avons pas précisé de restrictions d'usage pour garantir une offre sans limite aux utilisateurs. En ce qui concerne les limites d'utilisation, nous avons indiqué que chaque utilisateur ne peut utiliser le coupon de réduction qu'une seule fois.

Une fois ces étapes achevées, notre code « welcome-2023 » était prêt à être intégré à notre newsletter.

Par la suite, nous avons créé un autre coupon de réduction de la même façon. À la différence de celui précédent, celui-ci offre une remise de 0%, mais garantit les frais d'expéditions gratuits. Il nous sera utile pour la création d'un e-mail automatique lors de l'abandon du panier incitant les utilisateurs à passer commande grâce à ce petit avantage.

Nous avons envisagé d'utiliser l'extension [Smart Coupons For WooCommerce Coupons](#) pour l'intégration des codes de réduction dans la newsletter. Cependant, elle nous a pas convaincu et avons décidé de la désinstaller.



Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Mail de bienvenue

Une fois ces premières étapes achevées, nous avons pu procéder à la suite qui consiste en la création du mail de bienvenue pour les nouveaux membres inscrits à la newsletter.

La mise en place est très facile, sur MailChimp, il suffit de se rendre dans le menu «Automations» et dans les «Popular pre-built journeys» on trouve l'automatisation qui nous intéresse : «Welcome new contacts».

Une fois cette étape franchie, il suffit d'indiquer le nom de l'expéditeur dans la catégorie «From», le sujet et le texte de prévisualisation dans la section «Subject». La partie «Content», quant à elle, nous permettra de designer notre e-mail de bienvenue.

Single welcome email

Edit name | Convert to Customer Journey

The screenshot shows the configuration of a single welcome email in MailChimp. It includes sections for 'Sends To', 'From', 'Subject', 'Content', and 'Design'. The 'Content' section displays a preview of the email template with placeholder text and a referral badge.

Sends To: New subscribed contacts immediately after they join Burgers Lovers. (Edit Delay And Recipients)

From: Burgers Lovers • patmeliciano@icloud.com (Edit From)

Subject: What's the subject line for this campaign?

Subject (Required): Merci pour votre soutien (126 characters)

Preview Text: Pour vous remercier de votre inscription (110 characters)

Content: Preview text appears in the inbox after the subject line.

Save | **Cancel**

Content: Preview of the email template with placeholder text and a referral badge.

We automatically add a required Referral badge to your email footer. To remove the badge, [upgrade your account](#).

A plain-text version of this email will be included automatically.

17 NEWSLETTER

Une fois ces étapes faites, nous sommes passés à la partie de création. L'e-mail est composé d'une entête contenant notre logo, un texte de bienvenue et de remerciement, le code promo «welcome-2023» ainsi qu'un bouton permettant de se rendre directement à la boutique pour inciter les utilisateurs à utiliser leur promotion dans la foulée. L'e-mail se termine par un pied de page avec nos différents liens sociaux, les copyrights, et divers liens utiles comme notre mail de contact et les liens pour se désinscrire de la newsletter.

Voici le résultat obtenu :



Bienvenue !

Nous sommes ravis de vous compter parmi nos abonnés à la newsletter ! Nous vous tiendrons informé(e) des dernières tendances, des nouveaux produits, des offres exclusives et plus encore.



Comme remerciement pour votre inscription, nous vous offrons un code promo exclusif de 10% de réduction sur votre prochaine commande. Utilisez le code suivant lors de votre prochaine visite sur notre site : **welcome-2023**

[Commencez vos achats](#)

Merci encore d'être un(e) abonné(e) à notre newsletter. Nous sommes impatients de partager nos nouvelles et nos offres avec vous.

Cordialement,



Projet E-Commerce

Abandon de panier

L'envoi d'e-mails d'abandon de panier peut être un outil très efficace pour notre site e-commerce. En ajoutant une offre de livraison gratuite pour les clients qui ont abandonné leur panier, nous pouvons les inciter à finaliser leur achat. Cette stratégie peut non seulement augmenter les conversions, mais également renforcer la fidélité de nos clients en leur montrant notre engagement à leur offrir des avantages exclusifs. En somme, cet e-mail peut être un moyen efficace pour améliorer la performance de notre site e-commerce.

Le paramétrage de cet e-mail automatique est semblable à celui précédent. La plus grande différence réside dans la première étape de création. Comme le premier nous nous sommes rendus dans le menu «Automations». Cependant, pour trouver l'automatisation qui nous intéressait, nous avons dû cliquer sur le lien un peu caché en haut de la page appelé «Looking for our old automations builder? Check out Classic Automations».

Looking for our old automations builder? [Check out Classic Automations](#)

Ensuite, nous avons choisi l'automatisation «Turn on an abandoned cart email». Le reste de la configuration est identique que pour l'e-mail de bienvenue. Dans les paramètres, nous pouvons choisir si envoyer un mail après 1, 6 ou 24 heures après l'abandon du panier. Dans notre cas nous avons choisi l'option d'une seule heure. Ce choix se justifie par la volonté de simplifier la vie de notre professeur pour la correction de ce travail. Dans un cas réel, nous aurions probablement sélectionné le délai de 24 heures pour laisser un temps de réflexion et éviter aussi de saturer les utilisateurs d'informations. De plus, le client potentiel risque d'être plus susceptible de reconSIDérer l'achat 24 heures après que dans l'immédiat.

En ce qui concerne le visuel de cet e-mail, nous nous sommes inspirés du précédent. On garde notre logo en entête ainsi que les informations de pied de page. Le contenu principal est composé d'un texte incitant le client à poursuivre ses achats, du code promo «livraison-2023», d'un bouton le redirigeant sur son panier en ligne et, pour terminer, d'un aperçu (de deux produits maximum) de son panier.

Le visuel final de cet e-mail est disponible à la page suivante.

17 NEWSLETTER



BURGERS LOVERS

Oublié quelque chose ?

Nous avons remarqué que vous avez laissé des articles dans votre panier lors de votre dernière visite sur notre site. Nous comprenons que les choses peuvent changer rapidement, mais nous voulions vous offrir une petite incitation pour vous aider à finaliser votre achat.

C'est pourquoi nous vous offrons aujourd'hui la livraison gratuite sur votre prochaine commande. Il vous suffit d'utiliser le code promo suivant lors de votre prochaine commande : **livraison-2023**

N'oubliez pas, votre panier est toujours disponible et nous sommes là pour vous aider à finaliser votre achat.

	*IPRODUCT:TITLE*	*IPRODUCT:P RICEI*
	*IPRODUCT:TITLE*	*IPRODUCT:P RICEI*

[Retour au panier](#)

Cordialement,



Copyright © "ICURRENT_YEAR" burgers-lovers.ch, Tous droits réservés

Notre contact :
info@burgers-lovers.ch

Changes de paramètres d'e-mail?
Vous pouvez mettre à jour vos préférences ou vous désabonner.

Projet E-Commerce

115

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Pour intégrer les enjeux environnementaux, nous avons décidé d'intégrer des articles, comme les casquettes et les totes bags venant de Printful, qui sont en coton biologique.

Nous avons aussi choisi un fournisseur de cartons à Yverdon-les-Bains afin de maximiser la proximité et de réduire l'empreinte carbone générée. Ces cartons sont eux aussi fabriqués en Suisse.

Nos enveloppes sont gaufrées au lieu de contenir du papier bulle et nos colis contiennent du papier de fourrage, ce qui permet d'éliminer du gaspillage de matière plastique dans notre chaîne logistique.

En plus de cela, nous transportons nos colis grâce à la Poste Suisse qui elle aussi s'engage à être écoresponsable et durable.

Notre site web est hébergé chez Infomaniak qui dispose de data-centers en Suisse et compense ses gaz à effet de serre à 200%.

Rendre visible l'engagement

Pour les produits, l'information est spécifiée dans le titre du produit ainsi que dans sa description.

Pour ce qui est de nos fournisseurs et partenaires, tout est spécifié dans les pages "FAQ" et "À propos".

Projet E-Commerce

Crotti Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Pour aborder le sujet de l'inclusivité, il fut de bon sens de regarder la définition de l'inclusivité, selon le site du dictionnaire Le Robert, l'inclusivité est un « Caractère inclusif (d'un système, d'une communauté) ». Au vu de cette définition qui nous ne renvoie que peu d'informations, il fut nécessaire de se reporter au terme auquel se rapporte le mot « inclusivité » soit « inclusif », mais sur le site larousse.fr qui fournit une définition plus complète. Le terme « inclusif » possède la définition suivante : « Qui intègre une personne ou un groupe en mettant fin à leur exclusion ».

Earlymetrics.com a également indiqué que « les milléniaux étaient plus susceptibles de choisir une marque plutôt qu'une autre si elle faisait preuve d'inclusion et de diversité ».

Afin de démontrer notre inclusivité, nous mettons en vente des livres de recettes végétariennes, notre souhait aurait aussi été de mettre en vente des livres pour les personnes ayant un régime végétalien, or en français, il a été impossible pour notre équipe de trouver un livre expressément végétalien, heureusement, les personnes adoptant un régime végétalien adaptent aisément les recettes avec des déclinaisons véganes.

Nous avons poussé également une autre forme d'inclusivité avec l'inclusivité homme femme, en particulier dans les articles de blog, soit en trouvant des alternatives dans les phrases, ou en indiquant les deux termes, car l'écriture inclusive avec les points, les points médians ou les traits d'union ne sont pas forcément une bonne chose pour le SEO et donc pourrait faire baisser le trafic. Voici un exemple de phrase inclusive par rapport à une phrase non inclusive.

Non inclusive

« Le cuisinier aime faire des burgers pour ses amis »

Inclusive

« Le cuisinier ou la cuisinière aime faire des burgers pour ses amis et amies »

Autre variante

« Ces différentes personnes aiment cuisiner des burgers pour leurs amis et amies »

20 CONCLUSION

Maintenant que burgers-lovers.ch est terminé, nous avons eu un aperçu de ce que pouvait être la réalisation d'un site web e-commerce.

Nous avions une vague idée de ce que pouvait être un site e-commerce, cependant nous n'en avions jamais réalisé. Ce projet était fort intéressant autant sur le plan personnel que professionnel, car il permet de se rendre compte qu'il faut penser à une grande quantité de détails, installer un nombre important de plug-ins et créer plusieurs comptes.

Même si les étapes sont multiples, leur réalisation est souvent simple. Il suffit d'être méthodologique et de bien avancer un pas après l'autre.

Nous avons rencontré des difficultés sur les éléments que sont Google Analytics, Google Looker Studio et l'intégration de la boutique à Facebook, mais espérons que l'expérience rendra ces tâches plus rudimentaires.

En considérant la taille du projet, nous sommes bien heureux d'avoir eu à le réaliser à plusieurs et nous nous remercions les uns les autres pour le travail fourni.

Juridique

Exemple conditions générales de vente e-commerce. webromand.ch [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.webromand.ch/conditions-generales-de-vente-e-commerce.html>

Site commercial et protection des données. KMU-Portal des SECO [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home/savoir-pratique/gestion-pme/e-commerce/creer-site/site-commercial-et-protection-donnees.html>

GDPR. Cookiebot [en ligne]. Disponible sur :

https://www.cookiebot.com/fr/rgpd-reglement/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ch-generic&utm_device=c&utm_term=rgpd%20suisse&utm_content=ch-fr-rgpd-suisse&utm_atchtype=e&qclid=CjwKCAiAuOieBhAIEiwAgjCvcngOZKBzwEsVBDjPs4fVUGsmse_cClbgdPfr_yUwHdwq-oOYIJdxHhoC6QgQAvD_BwE

Activité commerciale

Frais marchands et vendeurs PayPal | PayPal CH. Geld senden, Zahlungen annehmen und online bezahlen | PayPal DE [en ligne]. Disponible sur :

https://www.paypal.com/ch/webapps/mpp/merchant-fees?locale.x=fr_CH

TWINT comme mode de paiement dans la boutique en ligne [en ligne].

Disponible sur :

<https://www.twint.ch/fr/clients-commerciaux/nos-solutions/boutique-en-ligne/?lang=fr#section-integration>

Combien TWINT me coûte-il en tant que commerçant? [en ligne].

Disponible sur :

<https://www.twint.ch/fr/faq/combien-twint-me-coute-il-en-tant-que-commercant/>

Comment fonctionne l'intégration ? | Klarna Suisse. Klarna : Payez en 3 fois. Sans frais. [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.klarna.com/fr-ch/entreprise/support-marchand/comment-fonctionne-lintegration/>

Klarnas Plattformen und Partner | Klarna Schweiz. Klarna : Payez en 3 fois. Sans frais. [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.klarna.com/ch/verkaeufer/plattformen-und-partner/>

KEMENES, Panna. Should you use Klarna for business ? Wise [en ligne].

Disponible sur : <https://wise.com/us/blog/klarna-for-business>

Projet E-Commerce

Crottí Pablo, Marques Meliciano Patrick & Martins Quinteiros Miguel

Pages produits

The New Ecommerce User Experience : Changes in Users' Expectations.

Nielsen Norman Group [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.nngroup.com/articles/ecommerce-expectations/>

UX Guidelines for Ecommerce Homepages, Category Pages, and Product Listing Pages. Nielsen Norman Group [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.nngroup.com/articles/ecommerce-homepages-listing-pages/>

Tips for Better Product Descriptions on Websites. Nielsen Norman Group [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.nngroup.com/articles/product-descriptions/>

How To Optimize Your Product Pages for More Sales : 11 Expert-Recommended Tips. Shopify [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.shopify.com/blog/expert-advice-improve-product-pages>

Emballages

postshop.ch. postshop.ch [en ligne]. Disponible sur :

<https://shop.post.ch/shop/ui/fr/emballage-expedition/etiquettes/avery-zw-etiquettes-adress-99-1x139mm-j8169---25-blanc-100-pcs-/p/758248>

Logistique

Facture client de Poste CH SA. La Poste [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.post.ch/fr/solutions-commerciales/devenir-client-commercial?shortcut=fr-entreprises-optimisation-des-processus-entre-vous-et-la-poste-facture-client-de-poste-ch-sa>

Express et coursier. La Poste [en ligne]. Disponible sur :

https://www.post.ch/fr/expedier-des-colis/express-et-courrier?ga=2.43368229.1236109816.1675084179-617209240.1674518191&gl=1*3rgc8v*_ga*NjE3MjA5MjQwLjE2NzQ1MTgxOTE.*_ga_VHPY0B9V5Z*MTY3NTA5NzUyMC40LjEuMTY3NTA5NzU4Mi42MC4wLjA.

Réseaux sociaux

[Click To Chat App] Support | WordPress.org. WordPress.org Forums [en ligne]. Disponible sur :

<https://wordpress.org/support/plugin/wp-whatsapp-chat/>

KOOREVAAR, Daniëlle Batista. Groupes cibles - Comment choisir le bon réseau social ? Trusted Shops pour les e-commerçants [en ligne]. Disponible sur :

<https://business.trustedshops.fr/blog/les-groupes-cibles-des-reseaux-sociaux>

Facebook for WooCommerce. WooCommerce [en ligne]. Disponible sur :

<https://woocommerce.com/fr-fr/products/facebook/>

Conversions API - Dokumentation - Meta for Developers. Meta for Developers [en ligne]. Disponible sur :

<https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api>

Adapt for the Future with Facebook Conversions API. WooCommerce [en ligne]. Disponible sur :

<https://woocommerce.com/fr-fr/posts/adapt-for-the-future-with-facebook-conversions-api/>

How to Create Coupons with WooCommerce. WooCommerce [en ligne].

Disponible sur :

<https://woocommerce.com/posts/coupons-with-woocommerce/>

Créer un e-mail pour panier abandonné | Mailchimp. Mailchimp [en ligne].

Disponible sur :

<https://mailchimp.com/fr/help/create-an-abandoned-cart-email/>

Redirecting... Facebook - log in or sign up [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.prod.facebook.com/business/help/887775018036966?id=725943027795860>

Newsletter

Mailchimp for WooCommerce - WooCommerce.com. WooCommerce [en ligne]. Disponible sur :

<https://woocommerce.com/fr-fr/products/mailchimp-for-woocommerce/>

Mailchimp for WooCommerce - WooCommerce.com. WooCommerce [en ligne]. Disponible sur :

<https://woocommerce.com/fr-fr/products/mailchimp-for-woocommerce/>

Ajouter un formulaire contextuel sur votre site web | Mailchimp. Mailchimp [en ligne]. Disponible sur :

<https://mailchimp.com/fr/help/add-a-pop-up-signup-form-to-your-website/>

Ajouter un formulaire contextuel sur votre site web | Mailchimp. Mailchimp [en ligne]. Disponible sur :

<https://mailchimp.com/fr/help/add-a-pop-up-signup-form-to-your-website/>

Éco-responsabilité

Qu'est-ce que la durabilité signifie pour la Poste. La Poste [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.post.ch/fr/notre-profil/responsabilite/corporate-responsibility/qu-est-ce-que-la-durabilite-signifie-pour-la-poste>

Écologie - Découvrez pourquoi nous polluons. Hébergement web, Cloud Computing, Serveur Cloud, Nom de domaine, Messagerie, Streaming Radio et plus encore ! | Infomaniak [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.infomaniak.com/fr/ecologie>

5 astuces pour rendre le e-commerce plus écoresponsable - Redacteur Blog. Redacteur.com [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.redacteur.com/blog/e-commerce-eco-responsable/>

E-commerce écoresponsable : Quelles étapes à suivre ? Blog DS Smith [en ligne]. Disponible sur :

<https://blog.dssmith.com/fr/e-commerce-eco-responsable>

L'E-commerce vert : la vente en ligne plus écologique et éthique - Retis, Experts en E-commerce & ; projets numériques. Retis, Experts en E-commerce & ; projets numériques [en ligne]. Disponible sur :

<https://www.retis.be/ecommerce-ecologique-ethique/>

Inclusivité

inclusif - Définitions, synonymes, conjugaison, exemples | Dico en ligne Le Robert. Dico en ligne Le Robert [en ligne]. Disponible sur :
<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/inclusif>

Définitions : inclusif - Dictionnaire de français Larousse. Larousse.fr : encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne [en ligne]. Disponible sur :
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/inclusif/42280>

Devriez-vous adopter l'écriture inclusive pour votre e-commerce ? Trusted Shops pour les e-commerçants [en ligne]. Disponible sur :
<https://business.trustedshops.fr/blog/ecriture-inclusive-en-e-commerce>

L'essor du commerce inclusif : un nouvel impératif pour les marques. Early Metrics [en ligne]. Disponible sur :
<https://earlymetrics.com/fr/lessor-du-commerce-inclusif-un-nouvel-imperatif-pour-les-marques/>