

Cahier de charge

Refonte du site internet & SEO/SEA (FenyCare)

Shopify : Modernisation et performance

Rédigé par : Ferdaous Bouattay
Wafa Jaziri
Sirine Bayoudh
Mohamed Aziz Azzouni
Sanaa kourichi

Cliente : Yassmina El Fene

Encadrant : Thierry Hamon

Année Universitaire : 2025-2026

Ce document présente les fonctionnalités clés et les outils utilisés pour la refonte du site e-commerce FenyCare, afin d'améliorer la visibilité et l'expérience utilisateur.

Table des matières

Introduction	2
1 Contexte et présentation du projet	3
2 Objectifs du projet	4
3 Périmètre fonctionnel et besoins techniques	5
4 Contraintes et exigences techniques	6
4.1 Hébergement et gestion DNS	6
4.2 Sécurité et optimisation sur Shopify	6
4.3 Gestion continue du nom de domaine	6
5 Comparaison concurrentielle	7
5.1 Tableau comparatif	7
5.2 Analyse synthétique	8
6 Roadmap du projet	9
7 livrables attendus	14
8 Suivi et maintenance	15
9 Criteres de validation	16
Conclusion	18

Introduction

Dans un environnement où la présence en ligne constitue un levier stratégique essentiel, les entreprises doivent continuellement optimiser leur visibilité et l'expérience utilisateur qu'elles offrent. Le digital est devenu un vecteur incontournable de croissance, de notoriété et de fidélisation.

C'est dans cette optique que s'inscrit le projet de refonte du site internet de FenyCare, une entreprise innovante qui conçoit et commercialise des solutions favorisant l'hygiène autonome des enfants. Alliant design, ergonomie et pédagogie, FenyCare propose des produits adaptés aux besoins des plus jeunes, tout en accompagnant les parents dans une démarche d'apprentissage et d'autonomie.

Ce rapport présente la démarche complète menée dans le cadre de la refonte du site e-commerce FenyCare. Il expose les analyses préalables, les objectifs stratégiques, les solutions techniques et marketing envisagées, ainsi que la méthodologie de gestion de projet adoptée.

L'ambition de cette refonte est de moderniser l'image de la marque, améliorer sa performance digitale et renforcer sa notoriété grâce à une approche combinant référencement naturel (SEO) et référencement payant (SEA). Ce travail s'inscrit également dans une démarche pédagogique et collaborative, réalisée dans le cadre de la formation à Sup Galilée, offrant l'opportunité d'appliquer des compétences concrètes en conception web, marketing digital et gestion de projet.

1. Contexte et présentation du projet

FenyCare est une entreprise innovante spécialisée dans la conception et la commercialisation de solutions destinées à favoriser l'hygiène autonome des enfants, notamment à travers des meubles-lavabos ergonomiques et ludiques, adaptés à leurs besoins.

Cependant, le site internet actuel présente plusieurs limites qui freinent la croissance digitale de la marque :

- une visibilité en ligne insuffisante, liée à un référencement naturel limité ;

- une expérience utilisateur peu engageante, qui ne reflète pas pleinement l'univers rassurant et pédagogique de FenyCare ;

- un manque de contenu éducatif et de fonctionnalités interactives (blog, avis, témoignages, etc.) réduisant la dimension communautaire et la preuve sociale.

Face à ces constats, le projet de refonte du site e-commerce FenyCare a pour objectif de moderniser l'image de la marque, optimiser la performance digitale et renforcer la notoriété de l'entreprise grâce à une stratégie complète de SEO (référencement naturel) et SEA (référencement payant).

Cette refonte vise à concevoir un site plus attractif, intuitif et performant, capable de soutenir la croissance de FenyCare, d'améliorer son taux de conversion et de fidéliser ses clients. Le projet s'inscrit dans une démarche professionnelle et collaborative, réalisée en équipe dans le cadre de notre formation à Sup Galilée, selon une approche agile structurée en sprints.

2. Objectifs du projet

Pour répondre à ces défis, le projet vise à :

- Moderniser l'image de marque : concevoir un design clair, ludique et rassurant, en adéquation avec l'univers de l'enfance et les valeurs bienveillantes portées par FenyCare.
- Améliorer le parcours client : simplifier la navigation et repenser la structure du site afin de faciliter la recherche d'informations et de produits.
- Augmenter la conversion et la preuve sociale : intégrer des avis, notes et témoignages clients pour instaurer la confiance et encourager les visiteurs à passer à l'action.
- Optimiser le SEO et SEA : développer un contenu pertinent et structuré pour le référencement naturel, tout en lançant des campagnes publicitaires ciblées (Google Ads, Meta Ads) afin d'accroître la visibilité et attirer un trafic qualifié.
- Créer un trafic récurrent et fidéliser : mettre en place un blog éducatif abordant des thématiques liées à l'autonomie et à l'hygiène des enfants.
- Faciliter l'achat et la scalabilité : intégrer des solutions de paiement flexibles, telles que le paiement fractionné, ainsi qu'un système d'affiliation pour ambassadrices afin de stimuler la recommandation et accompagner la croissance future de la marque.

3. Périmètre fonctionnel et besoins techniques

Le nouveau site intégrera les principales fonctionnalités suivantes :

- **Refonte UI/UX** : modernisation de l'interface et amélioration de l'expérience utilisateur pour une navigation fluide, intuitive et adaptée à la cible parentale.
- **Intégration sociale et communautaire** : ajout d'avis, de notes, de témoignages clients et de liens vers les réseaux sociaux pour renforcer la preuve sociale et favoriser l'engagement.
- **Blog et contenu éducatif** : création d'un espace éditorial proposant des articles sur l'autonomie et l'hygiène des enfants afin de fidéliser les visiteurs et d'améliorer le référencement naturel.
- **SEO & SEA** : mise en place d'une stratégie complète de référencement naturel (structure, mots-clés, balisage) et de campagnes publicitaires payantes (Google Ads, Meta Ads).
- **Paieement fractionné** : intégration d'une solution de paiement en plusieurs fois pour faciliter l'achat et améliorer la conversion.
- **Affiliation et programme ambassadrices** : développement d'un système permettant de promouvoir la marque via des partenaires ou clientes influentes.
- **Livraison** : gestion optimisée des modes et délais de livraison, avec suivi automatisé pour une expérience d'achat complète.

4. Contraintes et exigences techniques

4.1. Hébergement et gestion DNS

Le site est déjà hébergé sur **Shopify**, offrant des performances optimales et une évolutivité pour soutenir la croissance. Le nom de domaine est acquis, mais la redirection vers Shopify doit être configurée. Pour cela, il est nécessaire de mettre à jour les enregistrements DNS :

- **A Record** : Associer le domaine principal à l'adresse IP de Shopify (23.227.38.65).
- **CNAME Record** : Rediriger le sous-domaine **www** vers **shops.myshopify.com**.

Une fois cette configuration effectuée, le domaine pointera correctement vers la plateforme Shopify.

4.2. Sécurité et optimisation sur Shopify

Shopify intègre des solutions de sécurité telles que des certificats **SSL/TLS** pour garantir des connexions **HTTPS** sécurisées. De plus, des sauvegardes régulières sont mises en place pour protéger les données du site, assurant ainsi une expérience utilisateur fiable et sécurisée.

4.3. Gestion continue du nom de domaine

Bien que le nom de domaine soit déjà enregistré, un suivi rigoureux du renouvellement est nécessaire pour éviter toute expiration ou interruption. En cas de modification d'URL ou d'optimisation des pages, des **redirections 301** seront mises en place pour préserver le référencement et éviter les erreurs **404**, assurant ainsi une bonne visibilité et une expérience sans faille pour les utilisateurs.

Cette configuration garantit l'accessibilité continue du site, sa sécurité et sa pérennité tout en maintenant une bonne visibilité et une gestion fluide du domaine.

5. Comparaison concurrentielle

5.1. Tableau comparatif

Critères / Concurrents	FenyCare (site)	Micuna Lavabo Micussori	Jade & Léo Lavabo Montessori	Produits vendus sur Amazon
Design & ergonomie	Design fonctionnel, produit mobile et autonome.	Design épuré, convertible 3-en-1 (lavabo/table/coiffeuse) mentionné.	Design bois naturel, artisanat français, esthétique soignée.	Présentation très visuelle, nombreuses photos produits, parfois jeu ou jouet plutôt que meuble.
Navigation / UX	Site clair mais parcours produit peut être amélioré.	Fiche produit détaillée, bon niveau de caractéristiques techniques.	Menu et structure site clairs, livraison bien mise en avant.	Navigation rapide, bon filtrage, mais moins de storytelling marque.
Avis clients / preuve sociale sur site	Avis clients peu visibles ou non clairement mis en avant.	Avis utilisateurs existants mais peu nombreux.	Avis clients via Trustpilot ~4,5/5 pour la marque.	Beaucoup d'avis sur Amazon avec photos, mais qualité variable.
Contenu & storytelling du site	Texte produit utile mais peu narratif, pas beaucoup de storytelling marque.	Fiche évoque la pédagogie Montessori, matériaux, convertibilité.	Contenu axé sur autonomie enfant, fabrication française, matériaux nobles.	Description produit souvent concise, peu de storytelling détaillé.
CTA & visibilité promotionnelle	Bouton « Ajouter au panier » présent mais visibilité/modèle à optimiser.	CTA présent sur fiches revendeurs.	CTA bien visible, livraison gratuite ou rapide mise en avant.	Bouton « Acheter maintenant » très proéminent, standard Amazon.
Valeur ajoutée unique	Mobilier lavabo mobile, autonome en eau, sans travaux, évolutif (18 mois-8 ans).	Convertible 3-en-1 (lavabo/table/coiffeuse) matériaux durables.	Fabrication artisanale en France, bois d'hévéa, design premium.	Livraison rapide, retours faciles, nombreux choix et prix compétitifs.

TABLE 5.1 – Comparaison concurrentielle des lavabos Montessori

Cette analyse comparative a été réalisée entre le site **FenyCare** et les principaux concurrents du marché, incluant à la fois des sites e-commerce spécialisés et des fiches produits sur Amazon. L'objectif est d'identifier les forces et faiblesses de FenyCare, de recenser les bonnes pratiques en matière d'ergonomie, de contenu et de conversion, et de mettre en évidence les éléments différenciants à valoriser lors de la refonte.

5.2. Analyse synthétique

L'analyse des sites web **FenyCare**, **Micuna**, **Jade & Léo** et des fiches Amazon montre que FenyCare dispose d'un produit fonctionnel et évolutif, mais son site présente plusieurs axes d'amélioration :

- **Navigation et UX** : parcours produit peu intuitif, informations techniques et prix à mieux mettre en avant.
- **Avis clients** : retours utilisateurs non visibles, limitant la confiance.
- **Storytelling** : manque de récit autour de la marque et de la pédagogie Montessori.
- **CTA et conversion** : boutons d'achat peu incitatifs.

Recommandations pour FenyCare :

1. Améliorer la lisibilité et la navigation des fiches produit.
2. Mettre en avant les avis clients et témoignages.
3. Développer un storytelling attractif autour de l'autonomie, la sécurité et l'origine du produit.
4. Optimiser les CTA pour augmenter la conversion.

Ces actions permettront d'aligner le site sur les bonnes pratiques concurrentielles et de renforcer ses points forts.

6. Roadmap du projet

Le projet de refonte du site **FenyCare** sera réalisé selon une approche agile, structurée en **cinq sprints**. Chaque sprint correspond à une phase du développement, avec des objectifs précis, des fonctionnalités à livrer et un délai à respecter. Cette organisation permet d'assurer une progression continue, des ajustements réguliers et une meilleure réactivité face aux besoins du client.

Les figures suivantes présentent la répartition du travail et les jalons de chaque sprint :

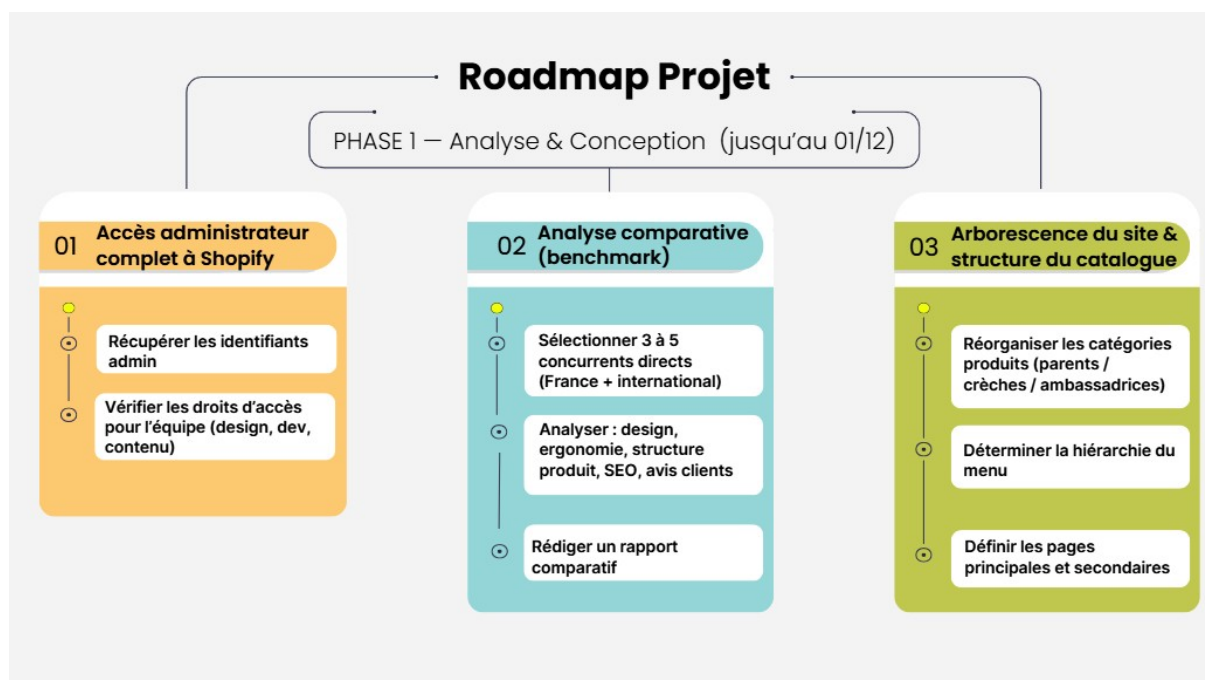


FIGURE 6.1 – PHASE 1 : Analyse et Conception (jusqu'au 01/12)

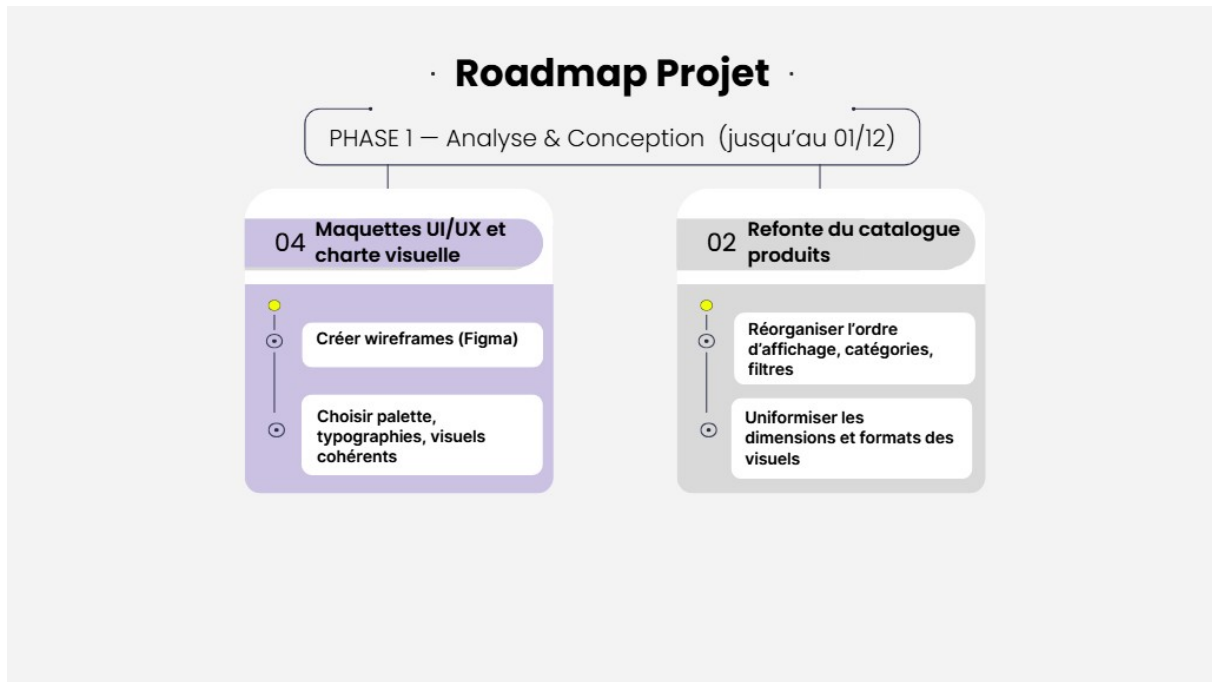


FIGURE 6.2 – PHASE 1 : Analyse et Conception (jusqu'au 01/12)

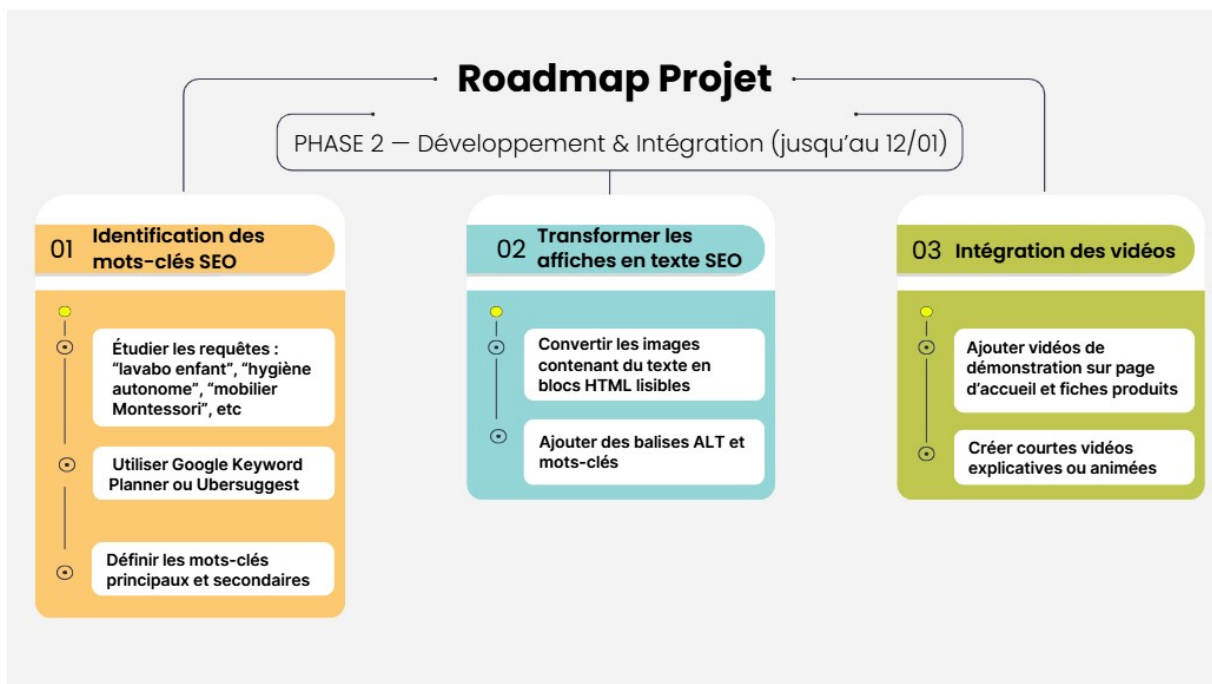


FIGURE 6.3 – PHASE 2 : Développement et Intégration (jusqu'au 12/01)

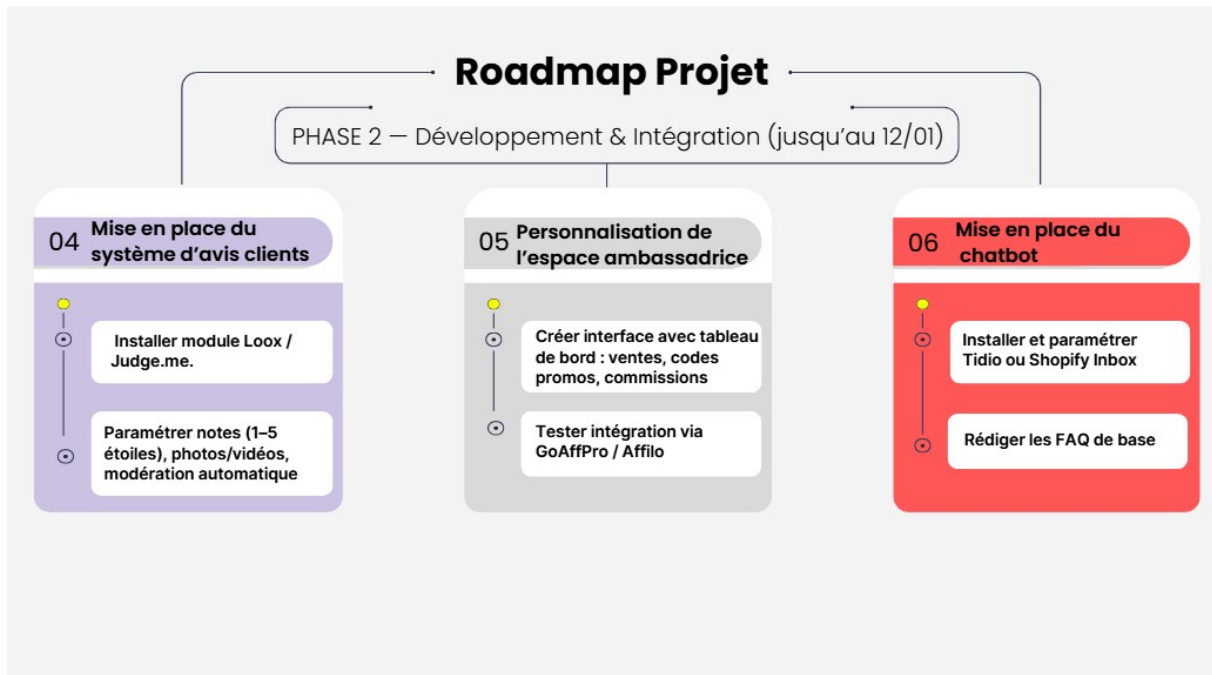


FIGURE 6.4 – PHASE 2 : Développement et Intégration (jusqu'au 12/01)

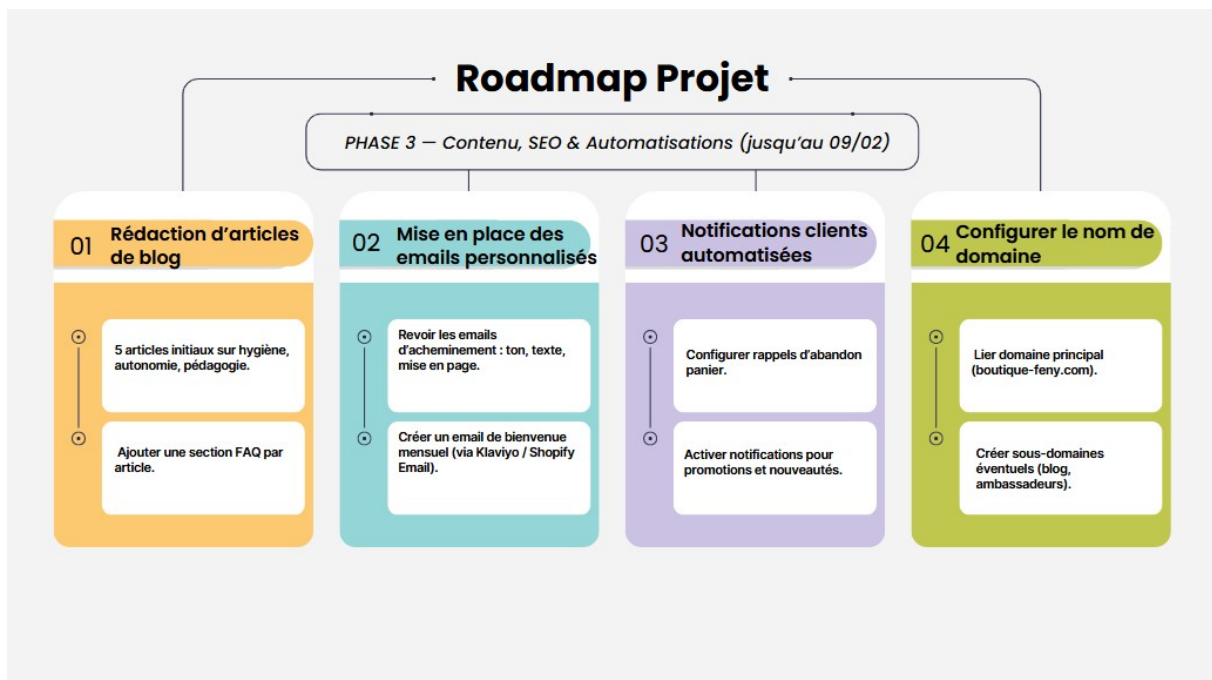


FIGURE 6.5 – Phase 3 : Contenu, SEO et Automatisations

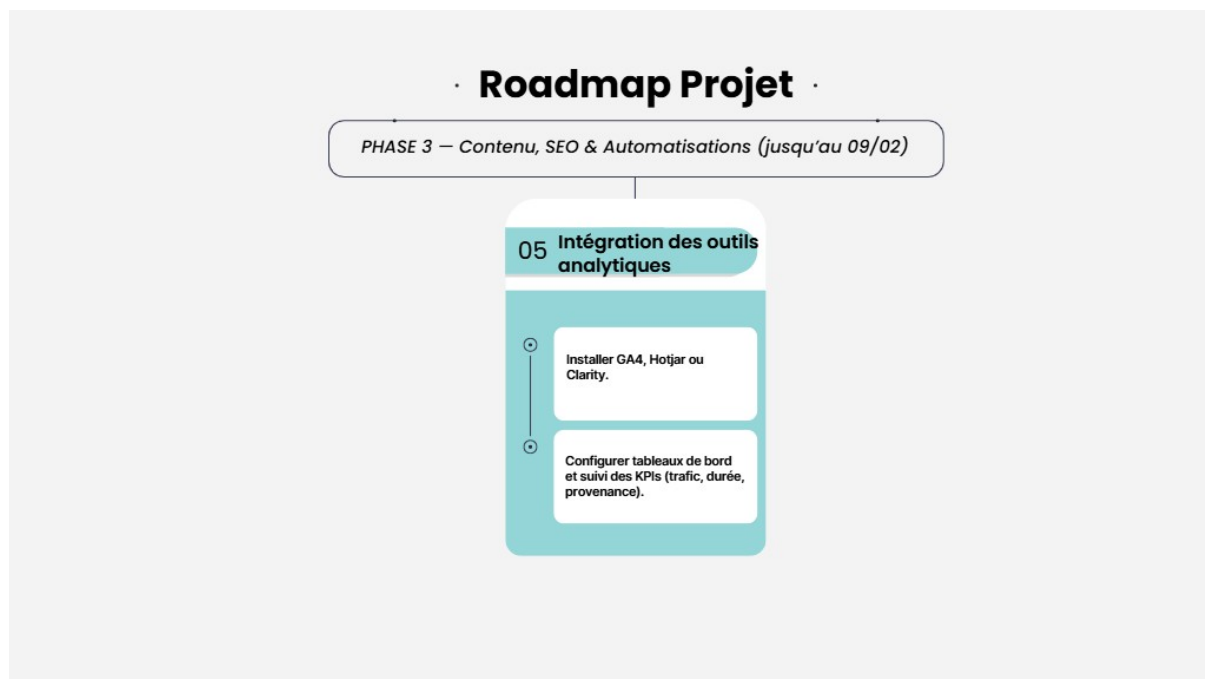


FIGURE 6.6 – Phase 3 : Contenu, SEO et Automatisations

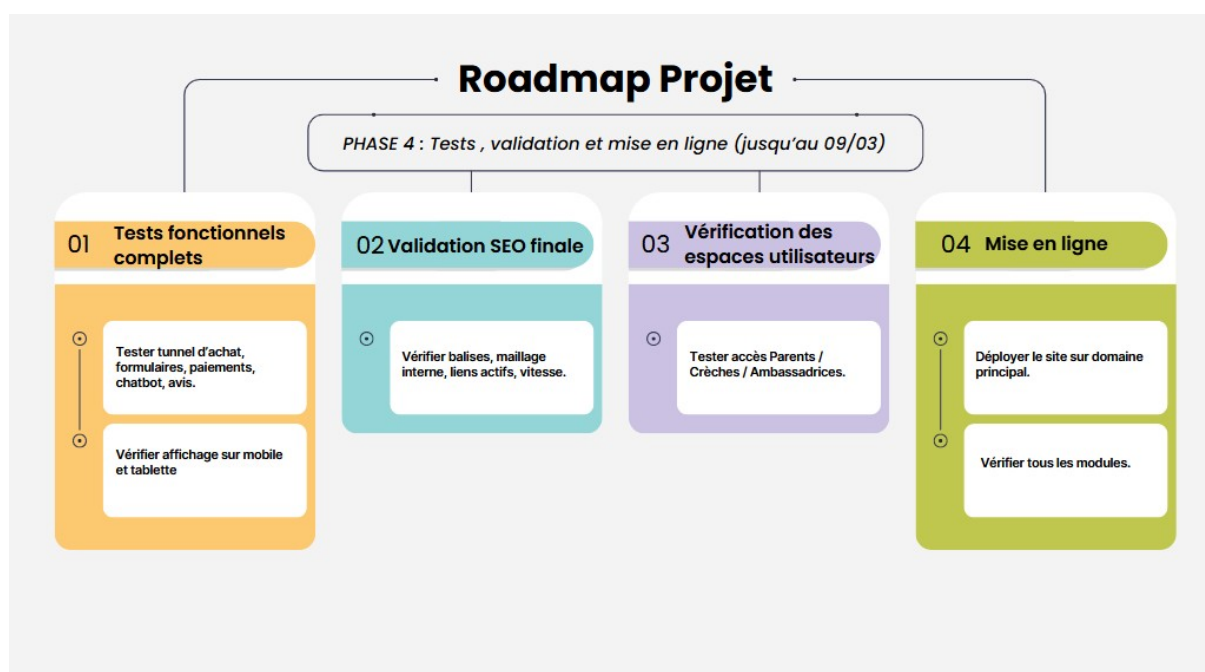


FIGURE 6.7 – PHASE 4 : Tests , validation et mise en ligne (jusqu'au 09/03)

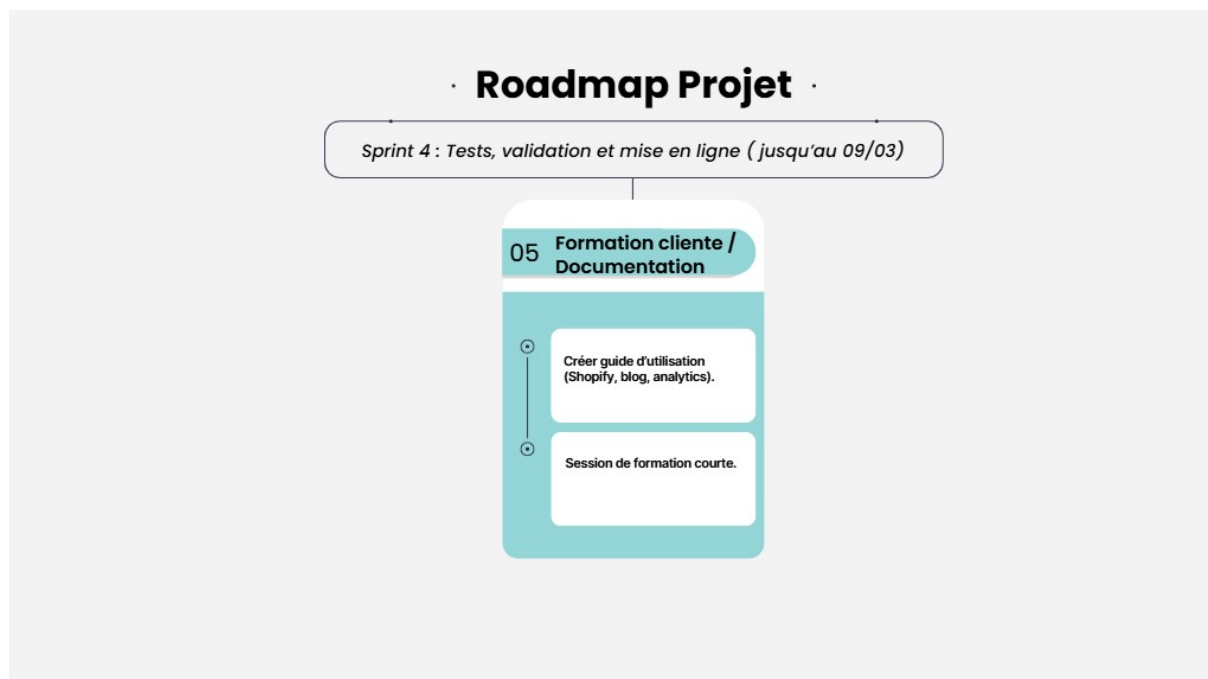


FIGURE 6.8 – PHASE 4 : Tests , validation et mise en ligne (jusqu'au 09/03)

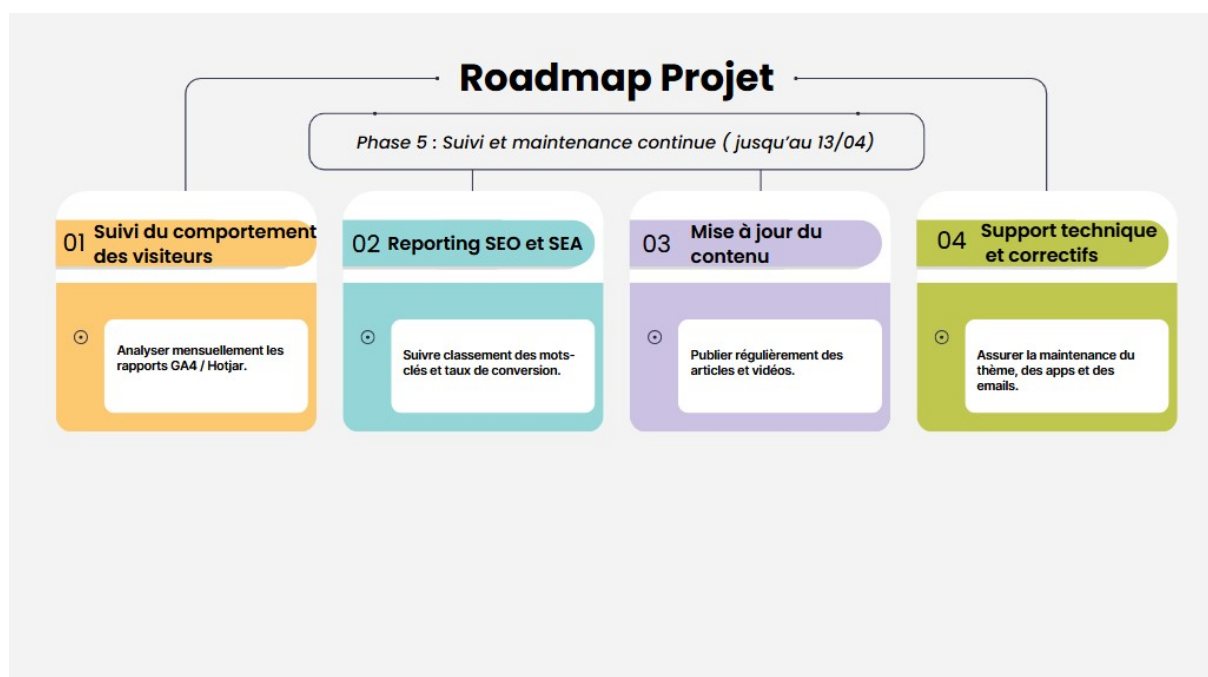


FIGURE 6.9 – Phase 5 : Suivi et maintenance continue (jusqu'au 13/04)

7. livrables attendus

Les livrables du projet incluent tous les éléments nécessaires pour rendre le site **FenyCare** opérationnel, fonctionnel et facilement administrable par l'équipe interne.

- Respect intégral de la **roadmap du projet** : phases de développement, intégration des modules, refonte UI/UX, blog, SEO/SEA, etc.
- Fourniture d'une **documentation complète**, incluant :
 - Gestion du catalogue et des produits.
 - Publication et gestion des articles de blog.
 - Utilisation des modules (avis clients, affiliation, notifications).
 - Paramétrage et utilisation du chatbot.
- Analyse des performances **SEO et SEA** après refonte.
- Recommandations pour l'évolution continue du référencement et de la conversion.

8. Suivi et maintenance

Après la mise en ligne du site, un **suivi régulier** et une **maintenance proactive** sont essentiels pour garantir la performance, la sécurité et la fiabilité du site **FenyCare**.

- **Suivi mensuel SEO** pour évaluer le positionnement et identifier les optimisations.
- Application systématique des **mise à jour de sécurité Shopify**.
- Mise en place d'un **système de reporting** pour détecter rapidement tout problème technique.
- Ajustements évolutifs selon les besoins et les performances du site.

Ce dispositif assure la pérennité, la sécurité et l'efficacité du site tout en maintenant une expérience utilisateur optimale.

9. Criteres de validation

La validation du projet reposera sur la conformité du site aux objectifs et exigences définis dans le cahier des charges. Les critères ci-dessous permettront d’attester que la refonte du site **FenyCare** est complète, fonctionnelle et conforme aux attentes de la cliente.

Fonctionnalité globale du site

Le site devra être entièrement opérationnel sur la plateforme **Shopify**, avec l’ensemble des fonctionnalités demandées (UI/UX modernisée, blog, avis clients, paiement fractionné, affiliation, etc.) parfaitement intégrées et testées.

Accessibilité via le nom de domaine

Le site devra être accessible directement à partir du nom de domaine existant, après configuration complète du **DNS** et redirection vers la plateforme Shopify.

Performance et sécurité

Le site devra présenter des temps de chargement optimisés, être **responsive** (adapté à tous les supports : ordinateur, tablette, mobile) et bénéficier d’une connexion sécurisée (**HTTPS** via certificat SSL).

Amélioration de la visibilité en ligne

Les optimisations **SEO/SEA** devront être mises en place et vérifiées : balises, mots-clés, structure des pages et intégration avec les outils d’analyse (*Google Analytics*, *Google Search Console*).

Expérience utilisateur et design

Le design du site devra refléter une image de marque moderne, claire et rassurante, avec une navigation intuitive et fluide pour l’utilisateur.

Contenus et modules

Tous les modules prévus (blog éducatif, avis clients, système d’affiliation, paiement fractionné, suivi de livraison) devront être fonctionnels, correctement reliés et testés.

Tests finaux et validation cliente

Avant la mise en ligne définitive, une phase de test sera effectuée afin de vérifier le bon fonctionnement de chaque composant. La validation finale sera réalisée après approbation de la cliente, confirmant que le site répond pleinement à ses besoins et aux améliorations prévues.

Conclusion

Ce projet nous permettra d'acquérir une expérience concrète dans la gestion et le développement d'un système complet, de la planification à la mise en œuvre technique. Il nous offrira l'opportunité de renforcer notre capacité à collaborer efficacement en équipe, à gérer les délais et à anticiper les problèmes de manière proactive.

Nous nous attendons à ce que les résultats obtenus répondent aux objectifs fixés : un site plus performant, intuitif et attractif, intégrant des fonctionnalités innovantes telles que le SEO/SEA optimisé, le paiement fractionné et l'affiliation.

Enfin, ce projet ouvrira des perspectives d'évolution, notamment en termes d'optimisation, de sécurité et d'intégration future de fonctionnalités basées sur l'intelligence artificielle, permettant à FenyCare d'offrir une expérience client toujours plus riche et innovante.