

RÉPONSE À L'APPEL D'OFFRE

Refonte du site internet & SEO/SEA (FenyCare)

Shopify : Modernisation et performance

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

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 vision	3
1.1 Objectifs du projet	3
1.2 Périmètre fonctionnel	3
1.3 Contraintes et exigences techniques	3
2 Résumé fonctionnel par partie	4
3 Planification par Sprints (Gantt)	5
Conclusion	8

Introduction

Dans un contexte où la présence en ligne est devenue un levier stratégique majeur pour les entreprises, la visibilité et l'expérience utilisateur sont des facteurs déterminants de succès. Le projet de refonte du site internet **FenyCare** s'inscrit dans cette dynamique, avec pour ambition de moderniser l'image de la marque, d'optimiser sa performance digitale et de renforcer sa notoriété à travers une stratégie complète de **SEO** (référencement naturel) et **SEA** (référencement payant).

FenyCare est une entreprise innovante qui conçoit des solutions pour l'hygiène autonome des enfants, combinant design, ergonomie et pédagogie. Malgré la qualité de ses produits, son site actuel présente plusieurs limites : une expérience utilisateur peu fluide, un référencement insuffisant, et un manque de contenu éducatif susceptible de fédérer une communauté de parents.

Le présent rapport vise à présenter la démarche de refonte du site e-commerce de FenyCare, de la phase d'analyse à la mise en œuvre des solutions techniques et marketing. Il détaille les objectifs, les fonctionnalités clés, les outils choisis, ainsi que la planification du projet selon une approche agile en sprints.

L'objectif principal est d'offrir à FenyCare un site performant, intuitif et attractif, capable de soutenir sa croissance, d'améliorer son taux de conversion et de renforcer la fidélisation client. Ce rapport met également en lumière la dimension collaborative et professionnelle du projet, mené en équipe dans le cadre de notre formation à Sup Galilée.

Enfin, cette expérience constitue une opportunité d'appliquer nos compétences en conception web, gestion de projet et marketing digital à un cas réel, tout en développant une approche critique et créative face aux problématiques d'optimisation de la visibilité en ligne.

1. Contexte et vision

FenyCare conçoit et commercialise des solutions innovantes pour l'hygiène autonome des enfants, notamment des meubles-lavabos adaptés à leurs besoins. Le site internet actuel limite la visibilité de la marque, freine la conversion et ne reflète pas pleinement l'image ludique et rassurante que souhaite véhiculer FenyCare. Le contenu SEO est limité, il n'existe pas de blog éducatif, et l'interactivité est faible, notamment par l'absence de preuve sociale avec les avis et témoignages clients.

1.1. Objectifs du projet

Pour répondre à ces défis, le projet vise à :

- Moderniser l'image de marque : design clair, ludique et rassurant.
- Améliorer le parcours client : navigation intuitive et mise en avant des produits.
- Augmenter la conversion et la preuve sociale : avis clients, notes et témoignages.
- Optimiser le SEO et SEA : contenu et campagnes Ads.
- Créer un trafic récurrent et fidéliser : blog éducatif.
- Faciliter l'achat et la scalabilité : paiement fractionné et système d'affiliation pour ambassadrices.

1.2. Périmètre fonctionnel

Le projet couvre les grandes catégories de fonctionnalités suivantes :

- Refonte UI/UX
- Intégration sociale et communautaire
- Blog et contenu éducatif
- SEO & SEA
- Paiement fractionné
- Affiliation et ambassadrices
- Livraison

1.3. Contraintes et exigences techniques

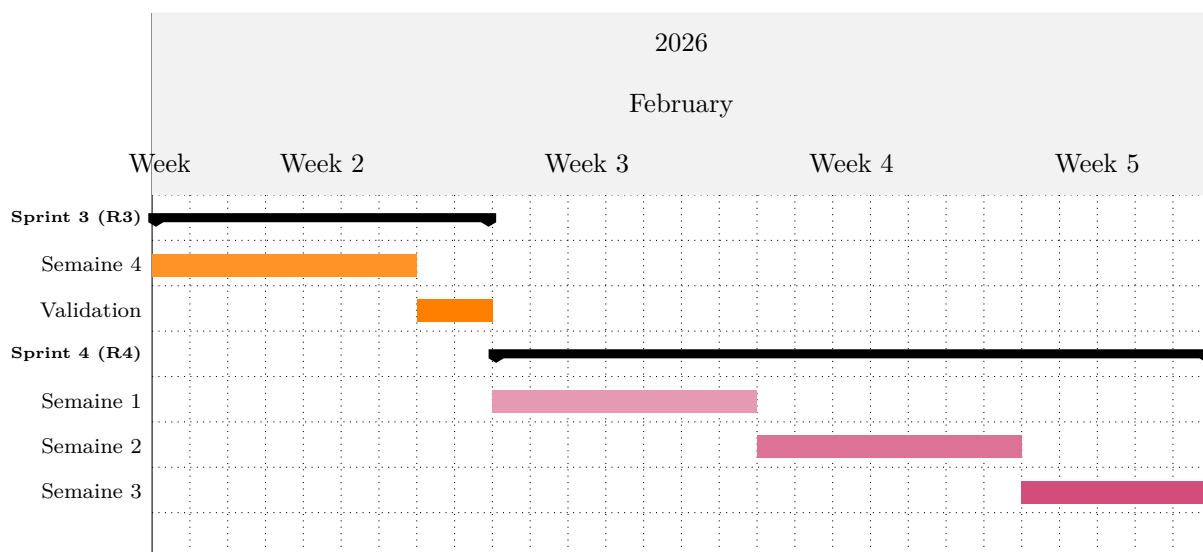
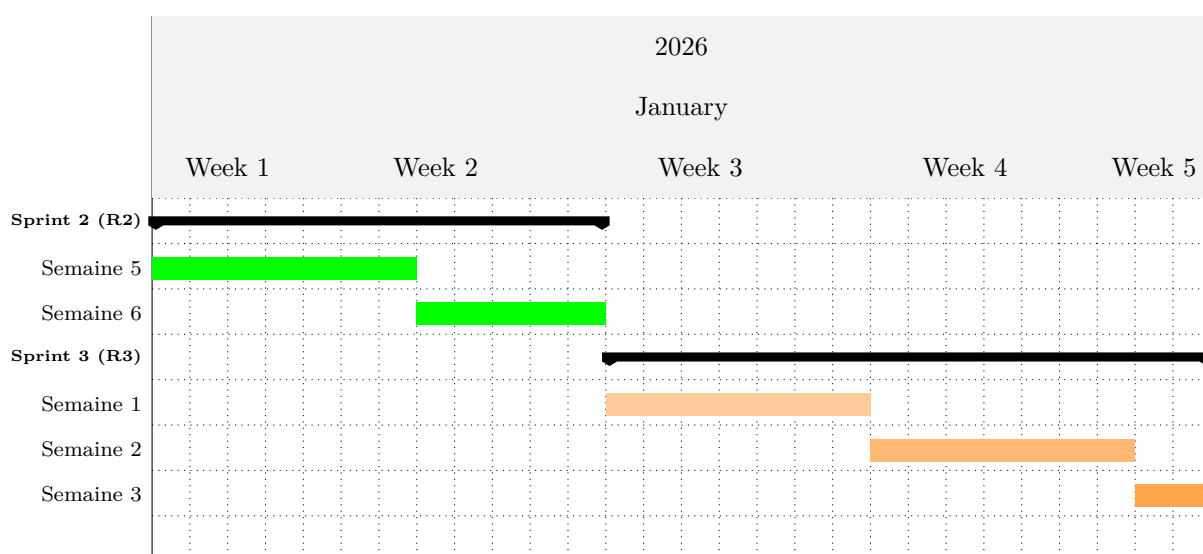
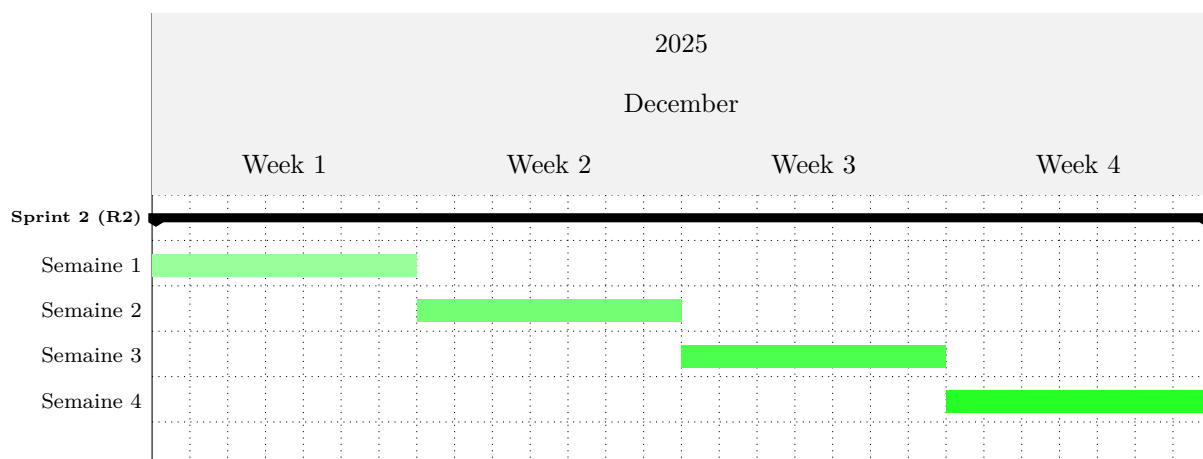
- Plateforme : Shopify avec thème personnalisé ou adapté à la marque.
- Site responsive : compatible desktop, tablette et mobile.
- Respect des normes RGPD : gestion des cookies et données utilisateurs.
- Sécurité renforcée : protection des données clients et paiements.

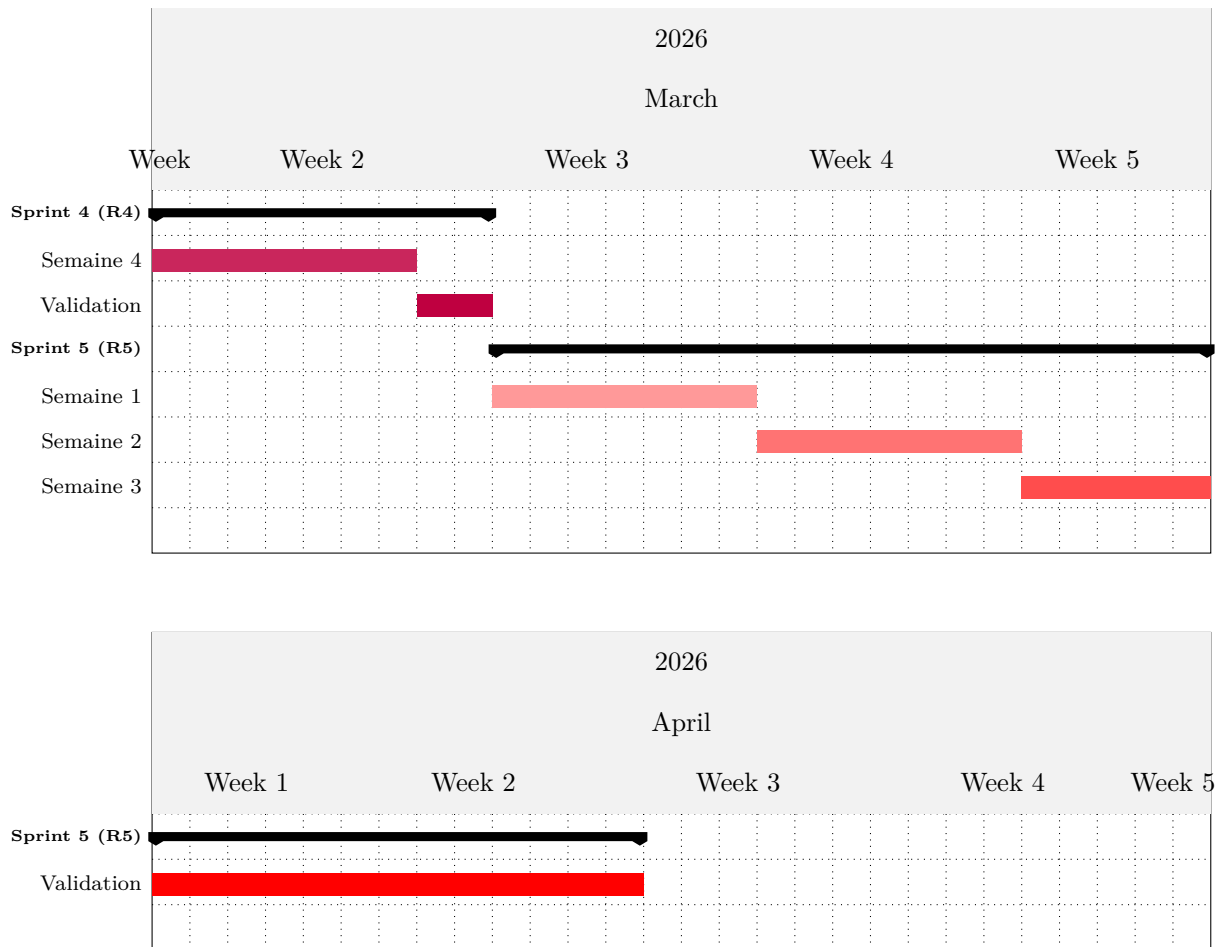
2. Résumé fonctionnel par partie

Partie	Fonctionnalités clés	Valeur ajoutée	Outils utilisés
Refonte UI/UX	Design responsive, menus clairs, pages produits dynamiques, tunnel d'achat optimisé, tests UX	+2-3 pts conversion, meilleure UX, image premium, expérience fluide	Shopify, Figma
Avis clients	Module avis photos/vidéos, chatbot intégré, FAQ dynamique, automatisation demandes avis, filtrage des commentaires et avis défavorables	Renforce preuve sociale, confiance clients, engagement communautaire	Loox, Judge.me, Trustpilot
Blog	Articles thématiques, visuels, vidéos, boutons de partage social, notifications automatisées (SMS), génération d'articles	Améliore SEO, autorité marque, trafic organique, engagement	Shopify CMS, Hugging Face
SEO	Recherche mots-clés, optimisation balises, maillage interne, landing pages, reporting	Réduction CAC (coût d'acquisition client) 30%, meilleure visibilité	Google Ads, GA4, Google Search Console
Paiement fractionné	Affichage clair de la mensualité sur la fiche produit, vérification des cartes physiques ou virtuelles, alerte abandon panier, automatisation complète	Augmentation panier moyen, réduction abandon panier, satisfaction client	PayPal 4X, Klarna, Alma
Affiliation / Ambassadrices	Portail ambassadrices, codes promos personnalisés, suivi ventes, tableau de bord, automatisation commissions	Notoriété via recommandations, acquisition à faible coût, fidélisation	Affilo / Goaffpro, Google Sheets
Livraison	Suivi commandes, options de livraison flexibles, notifications clients	Expérience client améliorée, réduction erreurs de livraison, satisfaction	Shopify, ShipStation

3. Planification par Sprints (Gantt)

Le projet sera développé sur 5 sprints, chacun ayant des objectifs précis et un périmètre fonctionnel clair. Les fonctionnalités prioritaires sont progressivement conçues, développées et intégrées.





Détails des sprints :

- **Sprint 1 – Initialisation** : 01/12/2025 — Mise en place de l’environnement, refonte UI/UX, création du blog prioritaire.
- **Sprint 2 – Élaboration** : 12/01/2026 — Développement du blog complet, intégration du paiement fractionné et de l’affiliation.
- **Sprint 3 – Optimisation** : 09/02/2026 — Finalisation UI/UX, ajout du module d’avis clients.
- **Sprint 4 – Construction** : 09/03/2026 — SEO & SEA, livraison, intégration finale des fonctionnalités marketing.
- **Sprint 5 – Présentation/Démonstration** : 13/04/2026 — Tests finaux, validation et déploiement complet du site.

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.