

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE ROUEN
DIRECTION DES ENTREPRISES ET DE L'ACTION TERRITORIALE
Département Commerce

Les bonnes pratiques pour votre site Internet

(Compte rendu de la réunion du 16 octobre 2006)



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE ROUEN

Département Commerce
Palais des Consuls – Quai de la Bourse
76 007 Rouen Cedex 1
Téléphone 02 35 14 37 73 - Fax 02 35 14 38 25
service.commerce@rouen.cci.fr - www.rouen.cci.fr/commerce

Les bonnes pratiques pour votre site Internet

Ce document est le compte rendu de la réunion du 16 octobre 2006 « Les bonnes pratiques pour votre site Internet », destinée à vous présenter les différents points à maîtriser pour créer votre site Internet.

I- Avant de vous lancer

Vous devez vous interroger sur les éléments suivants :

↪ A quoi votre site Internet va vous servir ? En développant votre site Internet vous créez une activité supplémentaire. Vous devez donc prendre en compte les paramètres suivants :

- un site Internet d'entreprise n'ayant d'intérêt que si il est « vivant » et mis à jour régulièrement, qui s'occupera de cette tâche ?
- avez-vous les moyens humains, financiers pour développer ou gérer votre site Internet ?
- Internet n'étant qu'un outil de diffusion d'information et de vente, quel type d'information comptez-vous y associer ? qui s'occupera de la vente sur votre site ? (logistique, prix, gestion des commandes...)

↪ Le cahier des charges :

Afin de pouvoir développer un site Internet qui corresponde pleinement à vos besoins vous devez définir clairement

- l'image de votre entreprise
- vos cibles et leurs besoins existants
- les objectifs de votre site (vente ? communication ?)
- les intervenants pour la gestion des contenus de votre site

↪ Le choix du prestataire :

Une fois le cahier des charges réalisé, vous devez choisir un prestataire

- demandez plusieurs devis et comparez-les
- n'hésitez pas à demander de l'assistance à un conseiller de la CCI de Rouen
- vous trouverez des coordonnées de prestataires :
 - en allant sur le site www.econumerique.pme.gouv.fr
 - en « surfant » sur Internet et en relevant, dans les mentions légales des sites qui vous plaisent le plus, les noms des prestataires les ayant développés.

II- Que devez-vous demander à votre prestataire ?

Les prestataires devront vous proposer les prestations citées ci-dessous :

↪ La propriété de votre site :

Avant tout, vous devez être propriétaire :

- du site Internet
- de son nom de domaine
- de sa charte graphique
- de son contenu.

↳ Le nom de domaine :

Pour savoir si le nom que vous avez choisi pour votre site est disponible (www.monentreprise.com) :

- allez sur un site répertoriant les noms de domaines (www.gandi.net)
- saisissez le nom choisi (choisissez les extensions les plus utilisées : .fr et .com)
- demandez à votre prestataire d'inclure l'achat du nom de domaine dans sa prestation

↳ L'ergonomie de votre site

Pour être performant, votre site doit être convivial, ergonomique et esthétique. Un prestataire créera ou adaptera votre charte graphique pour internet, en fonction de vos besoins et de votre cible, afin de répondre à vos objectifs de communication et de marketing.

↳ Le référencement et positionnement de votre site

C'est une priorité pour la visibilité de votre site Internet. Sur le web, et qu'il soit visité par de nombreux internautes...

Les objectifs du référencement sont :

- votre présence dans les bases de données des moteurs de recherche et des annuaires (Google, Yahoo...)
- être en meilleure position que ses concurrents
- votre position en première page et si possible en tête de la liste des résultats

↳ L'hébergement de votre site

Votre prestataire doit héberger votre site Internet pour les raisons suivantes :

- les capacités de trafic (visites d'Internautes) seront plus importantes que s'il s'agissait de solutions internes
- une équipe expérimentée et habituée à gérer des trafics importants s'occupera de votre site
- les licences logicielles seront utilisées à moindre coût, et mutualisées entre les clients de l'hébergeur
- les technologies les plus récentes seront appliquées à votre site
- les sauvegardes seront quotidiennes et l'archivage mensuel
- vous bénéficierez d'accès protégés pour mise à jour du site à distance et en temps réel
- vous obtiendrez des statistiques détaillées en temps réel
- vous bénéficierez d'une assistance de la part de votre prestataire

↳ L'utilisation du site :

Si vous demandez à votre prestataire de développer votre site, vous pouvez toutefois lui demander :

- de pouvoir opérer à des modifications en ligne (changement de produits, textes...)
- d'être formé à l'utilisation de votre site

III- Quel site Internet ?

Il existe plusieurs types de site Internet, vous pouvez utiliser les blogs, ou les sites plus « traditionnels ».

↳ Le blog

Initialement des journaux intimes en ligne, les blogs permettent d'avoir une interactivité avec les internautes qui peuvent réagir sur des articles laissés en ligne. L'utiliser pour son entreprise permet d'établir un contact avec sa clientèle potentielle.

Ces commerçants ont développé ce concept :

- <http://decoration-le-havre.typepad.com/>
- <http://lillibulle.typepad.com>
- <http://lampe-design.cigogne.org/>

↳ Le site Internet

Moins interactif que le blog, il est cependant plus répandu pour le commerce car son utilisation est plus aisée grâce à :

- Sa mise en page personnalisée
- Une plus grande liberté de conception
- Un nom de domaine approprié

Il s'agit là d'une utilisation professionnelle du web. Nous vous recommandons vivement de passer par un prestataire professionnel pour développer votre site Internet. Il s'agit d'une activité professionnelle et commerciale, il faut donc prendre en compte des éléments indispensables à la pertinence commerciale de votre site mais difficiles à maîtriser :

- l'ergonomie du site
- le référencement
- le positionnement sur Internet
- l'hébergement du site
- les mises à jour logicielles du site

Il est toutefois possible de développer un site Internet soi même, cependant, si les éléments cités ci-dessus ne sont pas correctement développés, le site Internet risque de perdre tout intérêt commercial.

Exemples :

- www.foormi.fr
- www.maison-pendule.fr
- www.goutetnature.com
- www.soudry.fr

IV- Comment faire connaître votre site ?

Votre site Internet peut vous permettre de trouver de nouveaux clients en appliquant les stratégies suivantes :

↳ Le référencement :

En étant présent dans les premières lignes dans les moteurs de recherche (Google, Yahoo...) les internautes iront plus facilement sur votre site. Votre référencement et positionnement doivent être une préoccupation de votre prestataire.

↳ Les liens sponsorisés :

Quel que soit votre budget, vous pouvez diffuser vos annonces sur les moteurs de recherche, vous payez uniquement lorsque les utilisateurs cliquent sur vos annonces

↳ Echanges de liens :

Vous pouvez échanger des liens avec des sites appartenant à vos collègues, votre association de commerçants, des activités complémentaires à la votre... Ainsi, sur votre site, vous aurez un lien allant vers leur site et vice versa.

V- Quel commerce sur Internet ?

Grâce à votre site Internet vous pouvez :

- communiquer
- prospecter et fidéliser
- vendre

↳ Communiquer sur Internet :

Votre site Internet doit vous permettre de communiquer avec votre clientèle, les internautes, les prospects.

Pour cela, ils doivent pouvoir avoir accès à de l'information à valeur ajoutée qui les incitera à venir sur votre site.

Ces informations doivent être :

- Locales (concerner votre environnement)
- Utilisable (aient un intérêt pour les internautes et votre entreprise)
- Responsable et engagée (elles engagent votre entreprise ?)
- Ciblée (qui sont vos clients potentiels ?)
- Informatrice (décrivez votre métier plutôt que de mettre une photo de votre vitrine...)
- Originale et innovante (ex : des recettes de cuisine, des conseils...)

La communication est la première action à développer avec votre site car les actions de vente et de fidélisation en dépendront.

↳ Fidéliser et prospector avec votre site Internet

Votre site Internet vous permettra de réaliser les actions suivantes :

- constituer un fichier client, les Internauts pouvant saisir leurs coordonnées en ligne
- développer un programme de fidélité pour vos clients (ex : www.firminy.fidelium-net.com)
- promouvoir votre entreprise
- prospector, en incitant les clients habituels au parrainage en ligne (ex : www.boucherie-dejonckheere.com)

↳ Vendre sur Internet :

Il existe plusieurs solutions pour vendre sur Internet :

- vous pouvez vendre vos produits sur des sites Internet déjà existants (www.ebay.fr, ou www.priceminister.fr). Les ventes se font par enchères ou directement. Le paiement peut se faire par chèque, carte bleue, mandats... Certaines entreprises utilisent uniquement ces sites pour vendre, ou mettent quelques produits en vente sur ces sites pour attirer les Internauts sur leur propre site Internet. En effet, lorsque l'on procède à un achat sur E-bay, il nous est proposé de découvrir la boutique du vendeur (quand elle existe).
- vous pouvez utiliser les blogs pour vendre (voir point sur les types de site Internet). Cette solution n'est pas la plus appropriée, mais elle permet d'allier interactivité et commerce.
- les sites « traditionnels » sont les plus utilisés pour la vente (voir point sur les types de site Internet) et donnent un aspect plus professionnel à votre activité sur le web.
- enfin, votre site Internet peut s'intégrer dans un groupement de sites marchands (www.rouenshopping.fr, www.normandie-marchande.com ...)

↳ Si vous vendez sur Internet :

Vous devrez prendre en compte 3 paramètres :

- les conditions générales de vente doivent être présentes et facilement accessibles sur votre site. La mise à disposition des conditions générales de vente est une obligation imposée par la loi, dans l'article L111-1 du Code de la Consommation. Les principes généraux qui régissent ce Code, et qui doivent être respectés dans le cadre de la vente en ligne, portent sur une information loyale et informative. Ce qui signifie que le client doit savoir clairement sur quoi il s'engage. De fait, les conditions générales de vente visent tout autant à protéger le cybermarchand que le client.
- la logistique : si votre boutique sur Internet est virtuelle, les produits sont réels. Comme pour toute autre activité commerciale vous devez penser à l'approvisionnement, au stockage, et à l'envoi des produits (qui réalise la prestation de transport, dans quelles conditions, quels délais, etc...). Pour le transport il existe plusieurs services (www.coliposte.fr, www.ups.com...)
- le paiement sécurisé : vous pouvez proposer plusieurs moyens de paiement à vos clients internautes (chèque, carte bleue, mandat...). Le paiement le plus répandu reste cependant la carte bleue. Il s'agit alors de paiement sécurisé, deux solutions sont possibles :
 - les solutions proposées par les banque (ex : www.cic.fr)
 - la solution Paypal (www.paypal.fr)

VI- Les obligations du propriétaire d'un site Internet

En tant que propriétaire de site Internet vous devrez respecter quelques obligations :

↪ Les mentions légales :

- elles doivent obligatoirement apparaître sur votre site Internet
- elles permettent à votre client Internaute de savoir qui vous êtes, avec qui vous travaillez, etc...
- et traduisent votre sérieux et la qualité de votre site.

↪ La déclaration à la CNIL : La loi « Informatique et Libertés » du 6 janvier 1978 modifiée par la loi du 6 août 2004 encadre la mise en œuvre des fichiers ou des traitements de données à caractère personnel. Les responsables de ces fichiers ou traitements ont des obligations à respecter, notamment en les déclarants (gratuitement) auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés. Vous devez déclarer :

- les fichiers clients que vous collectez
- les blogs

La procédure est disponible sur le site Internet de la CNIL : www.cnil.fr.

↪ Propriété intellectuelle et commerce électronique : Les sites Web sont souvent à l'origine d'actions en justice pour atteinte à des droits. Si vous ne faites pas preuve de prudence, vous risquez de perdre vos droits de propriété intellectuelle ou d'être jugé responsable d'une atteinte aux droits de propriété intellectuelle de tiers. Pour en savoir plus : www.wipo.int

↪ Réglementation des envois de courriers électroniques : En France, le principe posé par la loi est celui du consentement préalable. Dès lors, l'envoi d'un message commercial par courrier électronique est interdit si le destinataire du message n'a pas donné son consentement à recevoir ce message.

↪ Pour en savoir plus, vous pouvez consulter :

- Les institutions
 - La Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) : www.cnil.fr
 - L'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) : www.wipo.int
- Les sites d'information :
 - www.legalbiznext.com
 - www.droitdunet.fr
 - www.journaldunet.com

VII- Exemples de sites Internet

↪ Alimentation :

- www.soudry.fr
- www.goutetnature.com
- www.boucheriedeshalles.fr

↪ Equipement de la maison :

- www.table2000.fr
- www.maison-pendule.fr
- <http://decoration-le-havre.typepad.com> (blog)
- <http://lampe-design.cigogne.org> (blog)

↪ Loisirs :

- www.jouets-tradition.com
- www.atelier-de-kitty.com
- www.foormi.fr

↪ Equipement de la personne :

- <http://lillibulle.typepad.com> (blog)
- www.somewhere.fr (blog)