

Projet E-Commerce

Yverdon-les-Bains, le 28 Janvier 2022

Auteurs :

Antonini Dario, Laure-Hélène Revaclier
Classe M49-1



<https://affairesapotter.ch>

HEIG-VD

Département COMEM+

Filière Ingénierie des Médias

Enseignant responsable :

Dufour Arnaud



HAUTE ÉCOLE
D'INGÉNIERIE ET DE GESTION
DU CANTON DE VAUD
www.heig-vd.ch



Table des matières

Table des matières	1
Introduction	3
Initialisation du projet	4
Mise en place d'outils	5
Asana	5
Outils Google	5
Outil technique : WooCommerce	9
Cadrage stratégique	10
Segmentation, ciblage, positionnement, objectifs	10
Persona	10
Concurrence	11
Sources d'inspiration	15
Assortiments produits : Liste définitive	16
Design et identité visuelle	17
Logo	17
Thème graphique	17
Plan du site	18
Wireframe	19
Favicon	20
Contenus	22
3-5 blogs	22
3 catégories de vente	23
Autres contenus du site	26
Questions juridiques	34
Activité commerciale	36
Compte Amazon "Club Partenaire"	36
Compte PrintFul	40
Vente directe	45
Logistique et définition des prix	47
Fournisseurs, emballages et coûts	47
Coût de livraison par La Poste	48
Définition des prix	48
Moyens de paiement	51
Virement bancaire et PayPal	51
Autre solution de paiement	52
La question de l'UX	53

Réseaux sociaux	54
Facebook	54
Création de page	54
Stratégie de communication	55
Promotion de produit	55
Instagram	56
Création de page	56
Stratégie de communication	57
Promotion de produit	58
Twitter	58
Création de page	58
Stratégie de communication	59
Promotion de produit	60
TikTok	60
Création de page	60
Stratégie de communication	61
Promotion de produit	62
La question de WhatsApp	63
E-Mailing	67
Configuration de MailChimp	67
Pop-up	68
Coupon de réduction	70
E-mails de confirmation de souscription	73
E-mail de panier abandonné	75
Mesure de performance et où les trouver	78
SEO : Optimisation	82
SEOptimer	85
Conclusion	88
Références	90

Introduction

Dans le cadre du cours d'E-Commerce dispensé en deuxième année d'Ingénierie des Médias, nous avons reçu la consigne de réaliser un site web ainsi que tout l'écosystème digital qui l'entoure, et plus principalement de se concentrer sur l'aspect de la vente en ligne. Nous, Laure-Hélène Revaclier et Dario Antonini, avons décidé de réaliser ce projet ensemble, car nous estimons avoir une bonne cohésion de groupe, de bonnes capacités de division et répartition des tâches de travail, une vision partagée du projet que nous souhaiterions créer et des goûts semblables en termes d'intérêts personnels, notamment.

Pour le choix du sujet principal autour duquel notre site et son écosystème digital graviteront, nous avons justement cherché dans nos intérêts en commun pour au final choisir l'univers d'Harry Potter, qui est une saga que nous apprécions tous deux, tant pour les livres que pour les films. Nous savions également qu'un grand nombre de produits dérivés de type accessoires, donc hors films et livres, existaient, ce qui allait fournir une bonne base pour alimenter notre page e-commerce. Nous demeurons néanmoins très prudents, car il s'agit d'une licence fortement protégée, ce qui pourrait, dans le pire des cas, supprimer notre site web pour cause de protection des droits d'auteurs. Pour s'en prémunir, nous n'hésiterons pas à rappeler que ce site e-commerce est fictif et qu'en aucun cas les accessoires ne seront véritablement commercialisés.

Ce projet nous permettra ainsi de découvrir le secteur de la vente en ligne, qui a explosé depuis le début de la pandémie de Covid-19, et d'apprendre à créer et publier des pages et fiches produits depuis un système de gestion de contenu (ici, WordPress). Cela nous sera sans aucun doute d'une grande utilité dans le futur, si nous venions à créer des sites web pour des entreprises spécialisées dans la vente.

Dans ce rapport, nous commencerons par la phase d'initialisation du projet et la mise en place d'outils de gestion des tâches et de suivi de l'activité sur notre site. Puis, nous effectuerons un cadrage stratégique et créerons une identité visuelle, avant de passer à la création concrète du site web et de ses contenus. C'est alors que nous nous attarderons plus sur l'aspect commercial avec le shop, en développant les produits, la logistique imaginée ainsi que les moyens de paiements. Enfin, nous mesurerons la performance du site web, développerons l'aspect "réseaux sociaux" et l'e-mailing avant de passer à la conclusion, qui fera une rétrospective globale de notre projet.

Initialisation du projet

Membres : Dario Antonini et Laure-Hélène Revaclier

Thème choisi : L'univers de Harry Potter

Liste de produits :

- Habits : T-shirts / bonnets / écharpes / chaussettes / robe de sorcier / chapeau (choixpeau)
- Baguettes
- Bijoux
- Figurines et peluches*
- Faux tatouages*
- Lunettes
- Récipients* : Bouteilles inox / gobelets à Bubble Tea / tasses
- Stickers* et pin's
- Journal* / carnet / agenda
- Posters*
- + Marque-page
- + Lettre de Poudlard
- + Stylos et plumes

Liste de contenus :

- Présentation de l'univers de Harry Potter
- Synopsis des livres et des films
- Présentation des personnages
- Objets phares des personnages*
- Galerie d'images des films*
- Quiz (avec comme résultat la maison des sorciers auquel on appartient)
- Shop

Nom du futur site : Affaires à Potter

Nom du domaine : <https://affairesapotter.ch>

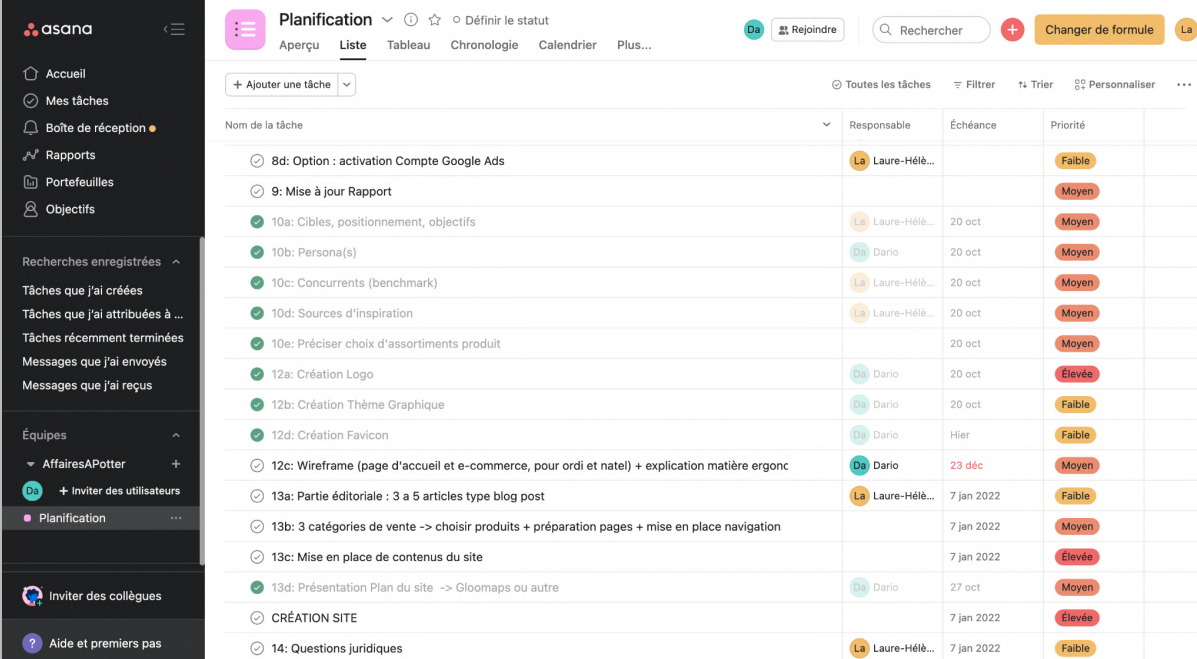
***NB** : Les produits et contenus marqués d'une astérisque (*) ne seront finalement pas inclus dans notre site e-commerce. En revanche, les produits étant précédés d'un plus (+) seront ajoutés.*

Mise en place d'outils

Après avoir mis en place le site en choisissant un hébergement Web + Mail sur Infomaniak pour notre nom de domaine, nous mettons en place plusieurs outils pour gérer les tâches ainsi que le référencement et les performances de notre site.

Asana

Nous utilisons l'outil de planification Asana pour déterminer les tâches à effectuer tout le long de ce projet de création de notre site e-commerce et des aspects marketing. Nous déterminons le degré d'importance de chaque tâche ainsi que leur date de fin de réalisation désirée et nous les attribuons à l'un ou l'autre pour les faire.



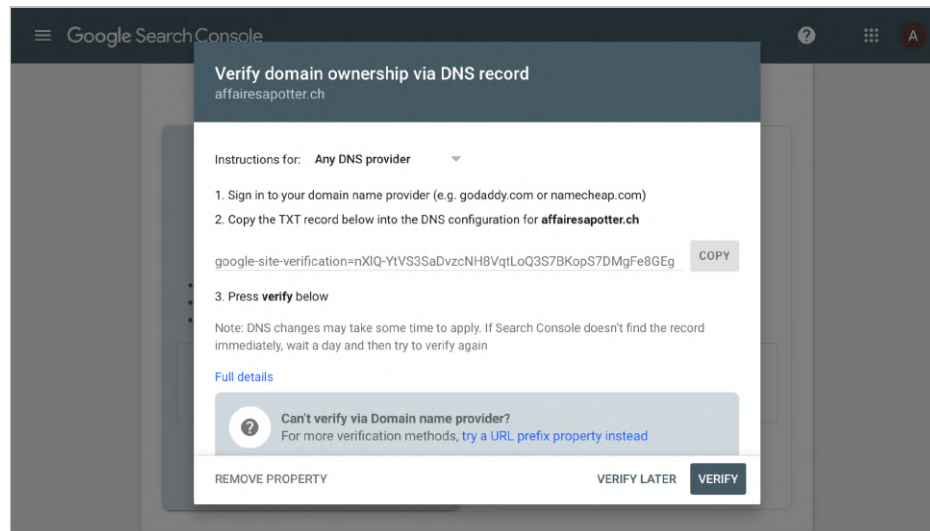
Nom de la tâche	Responsable	Échéance	Priorité
8d: Option : activation Compte Google Ads	La Laure-Hélène...		Faible
9: Mise à jour Rapport			Moyen
10a: Cibles, positionnement, objectifs	La Laure-Hélène...	20 oct	Moyen
10b: Persona(s)	Da Dario	20 oct	Moyen
10c: Concurrents (benchmark)	La Laure-Hélène...	20 oct	Moyen
10d: Sources d'inspiration	La Laure-Hélène...	20 oct	Moyen
10e: Préciser choix d'assortiments produit		20 oct	Moyen
12a: Création Logo	Da Dario	20 oct	Élevée
12b: Création Thème Graphique	Da Dario	20 oct	Faible
12d: Création Favicon	Da Dario	Hier	Faible
12c: Wireframe (page d'accueil et e-commerce, pour ordi et natel) + explication matière ergonc	Da Dario	23 déc	Moyen
13a: Partie éditoriale : 3 a 5 articles type blog post	La Laure-Hélène...	7 jan 2022	Faible
13b: 3 catégories de vente -> choisir produits + préparation pages + mise en place navigation		7 jan 2022	Moyen
13c: Mise en place de contenus du site		7 jan 2022	Élevée
13d: Présentation Plan du site -> Gloomaps ou autre	Da Dario	27 oct	Moyen
CRÉATION SITE		7 jan 2022	Élevée
14: Questions juridiques	La Laure-Hélène...	7 jan 2022	Faible

Aperçu de certaines tâches effectuées et à faire dans Asana

Outils Google

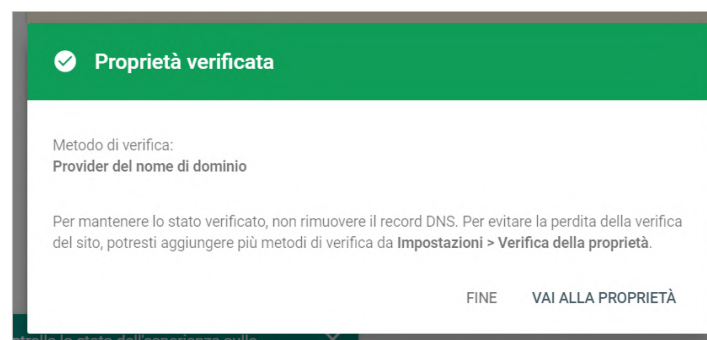
En premier lieu, nous installons Google Search Console, d'abord sur le site web, puis sur Google Site Kit dans WordPress.

Ainsi, nous commençons par vérifier que notre domaine nous appartient bien en copiant-collant un enregistrement TXT dans la partie « Cible » de notre configuration DNS. Une fois cela fait, nous constatons que la propriété est belle et bien vérifiée.



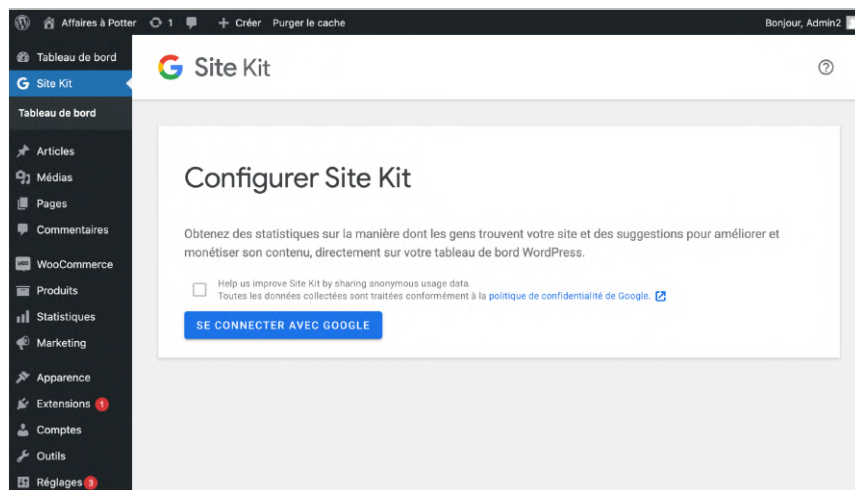
Vérification de la propriété du domaine via l'enregistrement DNS sur le site Google Search Console

Enregistrement TXT collé dans l'enregistrement DNS

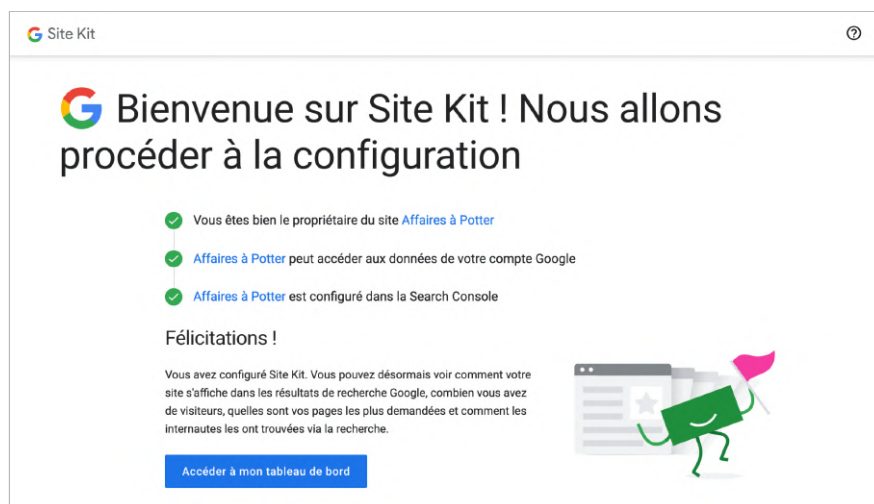


Message de confirmation de validation de la propriété

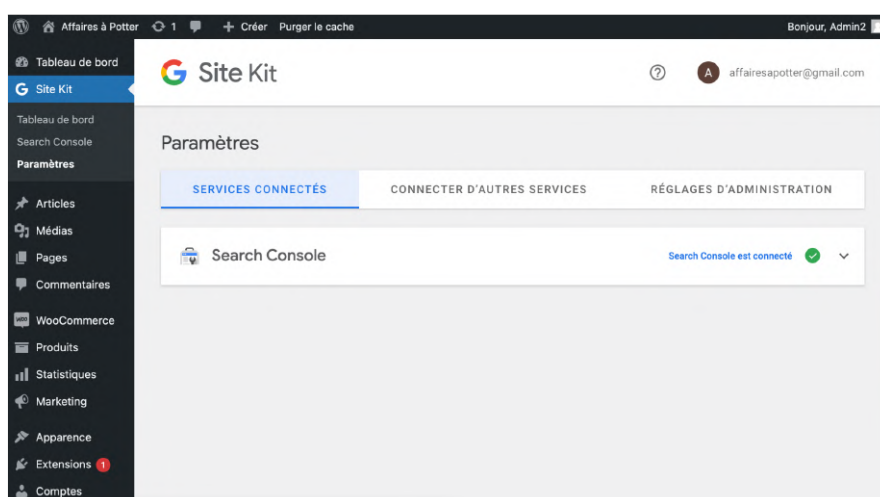
Nous nous rendons alors dans le Google Site Kit de WordPress et configurons ce dernier pour activer Search Console.



Configuration de Google Site Kit dans WordPress



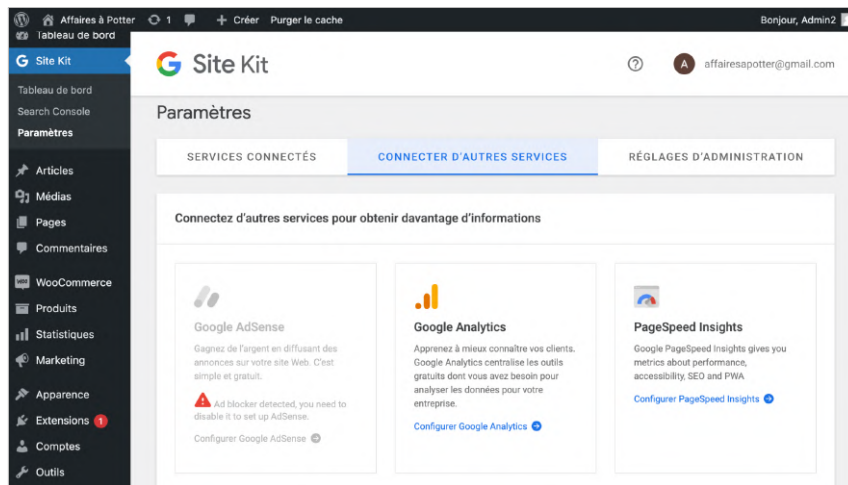
Configuration de Google Site Kit dans WordPress



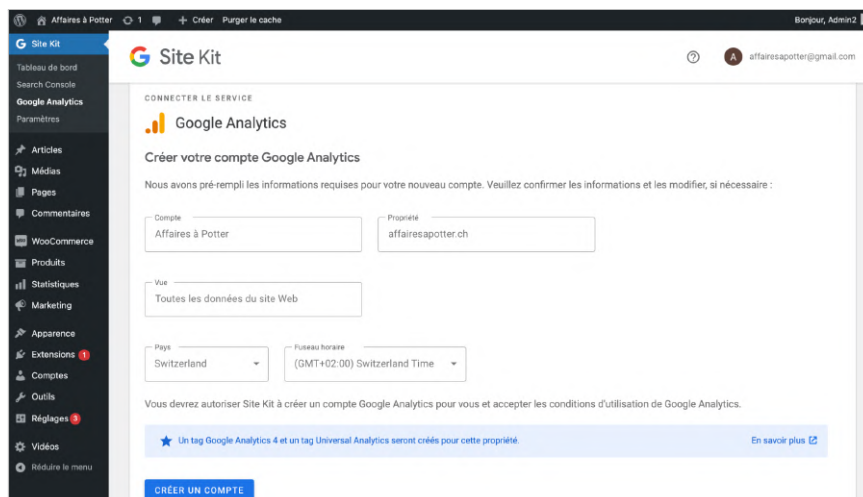
Google Search Console activé dans Google Site Kit

En second lieu, nous installons Google Analytics directement dans Google Site Kit. Pour ce faire, nous demandons de connecter d'autres services, choisissons Google Analytics et créons notre

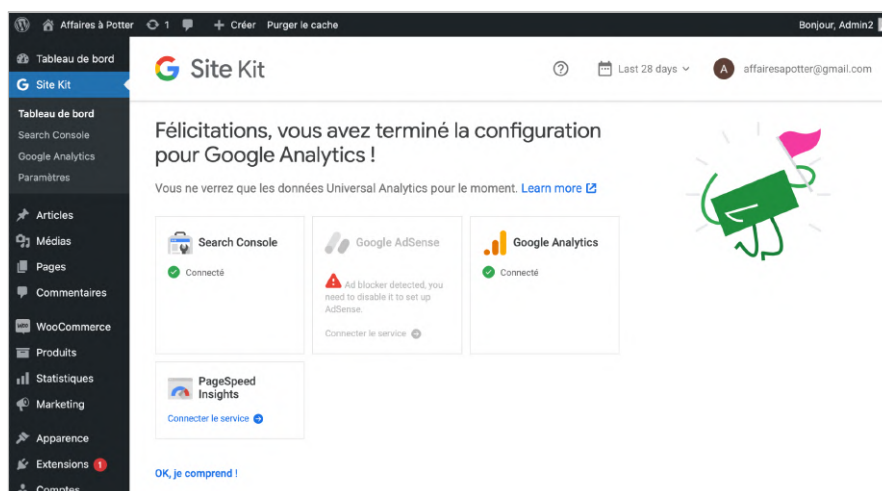
compte Google Analytics. Nous obtenons ainsi la confirmation que notre compte a bien été créé et que Google Search Console et Google Analytics sont bien activés dans Google Site Kit.



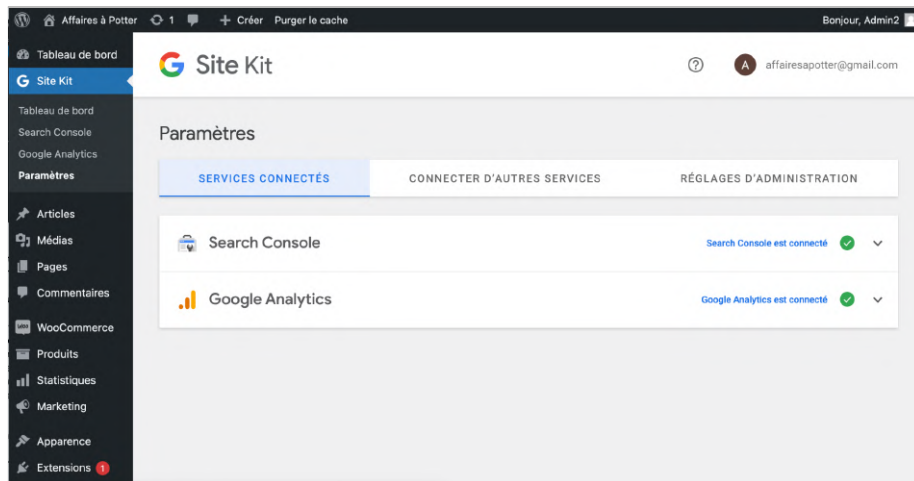
Possibilité de connecter Google Analytics dans Google Site Kit



Création de notre compte Google Analytics



Confirmation de la configuration de notre compte Google Analytics



Google Search Console et Google Analytics activés dans Google Site Kit

Outil technique : WooCommerce

Nous installons comme élément technique l'extension WooCommerce dans WordPress, que nous utiliserons par la suite.



Extension WooCommerce installée

Cadrage stratégique

Segmentation, ciblage, positionnement, objectifs

Harry Potter est une franchise créée pour toucher les enfants et adolescents, étant donné l'âge des protagonistes à travers les sept livres et films. C'est en partant de ce constat que nous pouvons assumer que notre site web toucherait deux grands segments de la population : premièrement, des jeunes de 8 à 17 ans, donc qui ont découvert la franchise après ou à la fin du courant, et deuxièmement, des adultes de 18 à 35 ans, qui ont connu et suivi la saga au fur et à mesure de la sortie des livres et films (soit entre 1997 pour le premier livre et 2011 pour le dernier film).

Les personnes de ces deux groupes seraient ainsi francophones – principalement de Suisse romande, mais également de France ou de Belgique – entre 8 et 35 ans, passionnées par l'univers de Harry Potter et désirant se procurer des objets dérivés.

Quant au positionnement de notre entreprise, Affaires à Potter, nous estimons qu'elle offre aux fans de la génération Y et Z des produits dérivés de la franchise Harry Potter qui sont garantis de bonne qualité, financièrement accessibles et dont la transaction et livraison se font rapidement et de façon sécurisée.

Ainsi, les cibles de notre site web affairesapotter.ch auront le plaisir de découvrir un site *swiss made* – comme il en existe peu – entièrement dédié à cet univers fantastique, contenant synopsis des livres et films, listes des personnages principaux et des acteurs et actrices qui les incarnent ainsi que des objets iconiques apparus au travers des livres et films, galerie photos, quiz pour découvrir à quelle maison elles appartiennent, blogs et e-shop.

Persona

En tenant compte des éléments de segmentation et de ciblage mentionnés ci-dessus, nous constituons une persona – une personne fictive type qui représente le groupe cible – avec l'application Xtensio. Nous vous présentons donc Erik Jillan.

Erik Jillan



"On peut trouver le bonheur même dans les moments les plus sombres... Il suffit de se souvenir d'allumer la lumière."
Albus Dumbledore

Âge : 17 ans
Profession : étudiant
Famille : célibataire
Lieu : Lausanne, Suisse

Chaleureux
Dynamique
Rêveur
Charmant

Objectifs

- Surprendre ses amis et ses proches avec des tours de magie.
- Visiter les Universal Studios à Londres.
- Trouver des gadgets de la saga Harry Potter pour combler un sentiment de vide.

Frustrations

- Aucune chance de fréquenter l'école de magie de Poudlard.
- Un budget limité à dépenser comme il le souhaite.
- Sa collection d'objets magiques est trop petite.

Bio

Erik est un jeune étudiant. Pendant son temps libre, il aime s'amuser et rigoler avec ses amis de l'école. Il aime écrire et a un esprit artistique, qu'il a développé au fil des années grâce à sa passion pour la fantasy. La première fois qu'il a vu un film de Harry Potter, il avait environ 10 ans et, à partir de ce moment-là, il a été captivé par ce monde. Avec le temps, il a ensuite découvert l'art de la magie. Cela l'a aidé à devenir une personne plus extravertie et maintenant, ses compétences de sorcier le font se sentir plus proche d'un monde auquel il a le sentiment d'appartenir.

La chambre d'Erik est pleine de jeux de magie et un petit coin est réservé à quelques objets de la saga qu'il aime tant. Cependant, il dit toujours à sa famille et à ses amis qu'il aimerait élargir sa collection avec quelques articles supplémentaires...

Personnalité

Introverti Extraverti

Analytique Créatif

Actif Passif

Curieux Désintéressé

Motivation

Divertissement

Prix bas

Collectionnisme

Curiosité

Canaux préférés

Réseaux sociaux

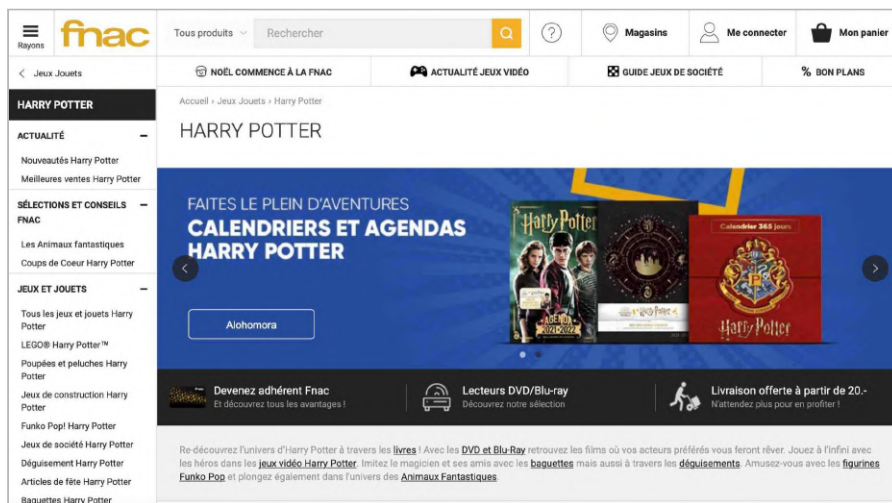
Site web Mobile

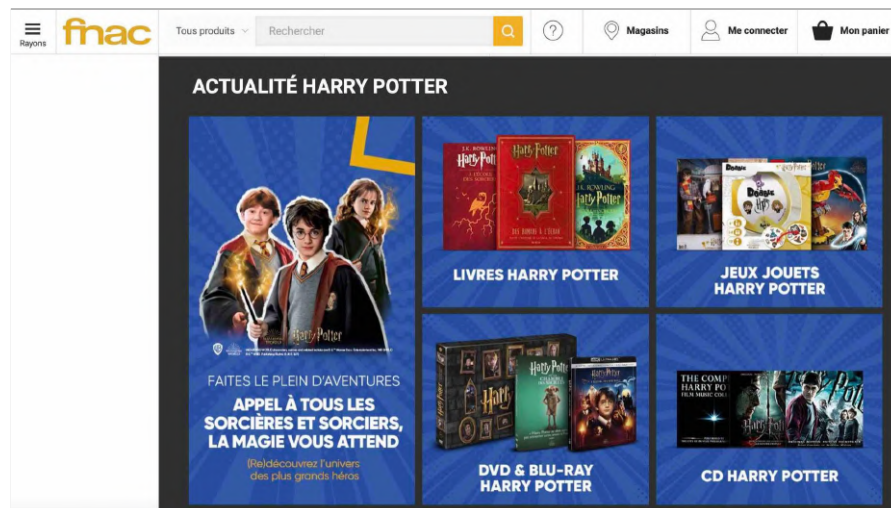
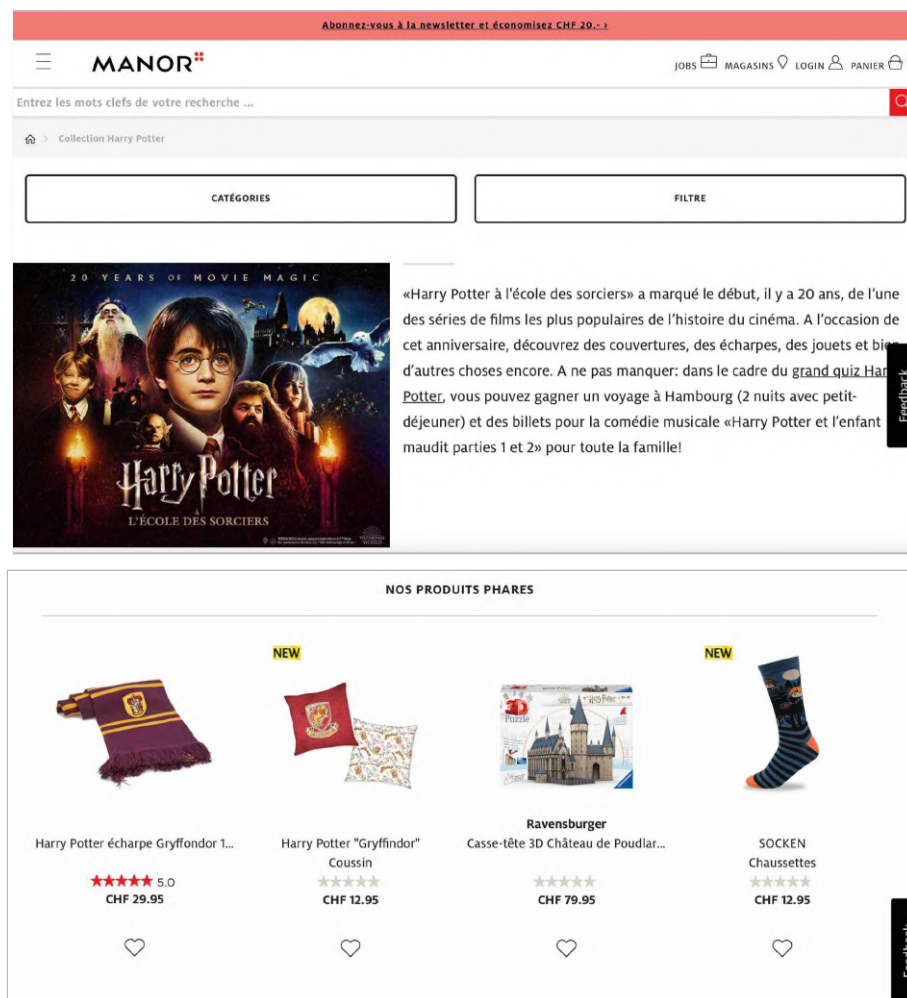
Site web Ordinateur

La persona d'affairesapotter.ch, créée avec l'application Xtensio

Concurrence

En termes de vente de produits, trois sites de grandes entreprises de e-commerce présentent principalement de la concurrence à affairesapotter.ch en Suisse : Fnac, Manor, Amazon France et AliExpress. De nombreux produits (jeux, déguisements, habits, livres, DVD) de l'univers y sont proposés, parfois à petits prix.



Boutique Harry Potter sur le [site de la Fnac](#)Catégorie "Harry Potter" sur le [site de Manor](#)

The screenshot shows the Amazon France homepage with a search for "Harry Potter". The results are filtered to show items eligible for free delivery. Three main products are highlighted:

- LEGO 76390 Harry Potter Le Calendrier de l'Avent 2021**: A set of 6 minifigures and a calendar. Price: 19,50€ (was 29,99€). It is an Amazon's Choice product.
- Cinereplicas Harry Potter - Calendrier de l'Avent 2021**: A calendar with 12 replicas. Price: 29,95€. It is the #1 best-selling item in its category.
- LEGO 76388 Harry Potter Visite du Village de Pré-au-Lard**: A detailed village set. Price: 124€ (was 149€). It is a 20th Anniversary Edition.

On the left, there are filters for "Eligible à la livraison gratuite" and "Affiner la catégorie".

Objets "Harry Potter" sur le [site d'Amazon France](https://www.amazon.fr)

The screenshot shows the AliExpress website with a search for "harry potter". The results are filtered to show items with a rating of 4 stars or more. Four main products are highlighted:

- Harry Potter bracelet des reliques**: A bracelet made of Harry Potter character figures. Price: CHF 1.01 (was CHF 0.97). 1495 sold.
- 50 autocollants rigolos Harry Potter**: A set of 50 funny Harry Potter stickers. Price: CHF 2.04 (was CHF 1.96). 1608 sold.
- Porte-clé 3D Harri Potter en PVC**: A 3D keychain of Harry Potter. Price: CHF 1.30 (was CHF 1.26). 385 sold.
- Bracelet pour femme Harri Potter**: A bracelet for women. Price: CHF 1.50 (was CHF 1.45). 422 sold.

On the left, there are filters for "Catégories Similaires" and "Trier par".

Objets "Harry Potter" sur le [site d'AliExpress](https://www.aliexpress.com)

En termes de sites francophones qui fournissent des informations sur l'univers d'Harry Potter, nous avons Wikipédia, Wiki Harry Potter et Univers Harry Potter.



WIKIPÉDIA L'encyclopédie libre

Rechercher dans Wikipédia

Créer un compte

Accueil
Portails thématiques
Article au hasard
Contact

Contribuer
Débuter sur Wikipédia
Aide
Communauté
Modifications récentes
Faire un don

Outils
Pages liées
Suivi des pages liées
Téléverser un fichier
Pages spéciales
Lien permanent
Informations sur la page
Citer cette page
Éléments Wikidata
Modifier les liens interlangues

Imprimer / exporter
Créer un livre
Télécharger comme PDF
Version imprimable

Dans d'autres projets
Wikimedia Commons

Article Discussion

Lire Modifier Modifier le code Voir l'historique

En novembre, c'est le mois asiatique Wikipédia
Participez au concours et gagnez une carte postale provenant d'Asie.

Harry Potter 129 langues

Vous lisez un « bon article ».

Pour les articles homonymes, voir **Harry Potter (homonymie)**.

Cet article concerne la série littéraire. Pour le personnage, voir **Harry Potter (personnage)**. Pour les films, voir **Harry Potter (série de films)**.

Harry Potter [ˈaʁi ˈpɔtɔʁ]^a (en anglais : [ˈhæʁi ˈpɒtə]^b) est une série littéraire de *low fantasy* écrite par l'auteure britannique J. K. Rowling, dont la suite romanesque s'est achevée en 2007. Une pièce de théâtre, considérée comme la « huitième histoire » officielle, a été jouée et publiée en 2016. Les livres et le script de la pièce ont été traduits en français par Jean-François Ménard.

La série de sept romans raconte les aventures d'un jeune sorcier nommé Harry Potter et de ses amis Ron Weasley et Hermione Granger à l'école de sorcellerie Poudlard, dirigée par Albus Dumbledore. L'intrigue principale de la série met en scène le combat de Harry contre Lord Voldemort, un mage noir à la recherche de l'immortalité ayant autrefois assassiné les parents du garçon. À la tête de ses fidèles adeptes, les Mangemorts, Voldemort cherche depuis des décennies à acquérir le pouvoir absolu sur le monde des sorciers et des Moldus (les humains sans pouvoirs magiques).

Ancrés dans la société britannique des années 1990, les romans comportent de nombreux aspects du roman d'apprentissage. Le personnage principal évolue tout d'abord dans un monde dépourvu de magie, puis découvre peu à peu ses capacités, son héritage et ses responsabilités. Tandis que le

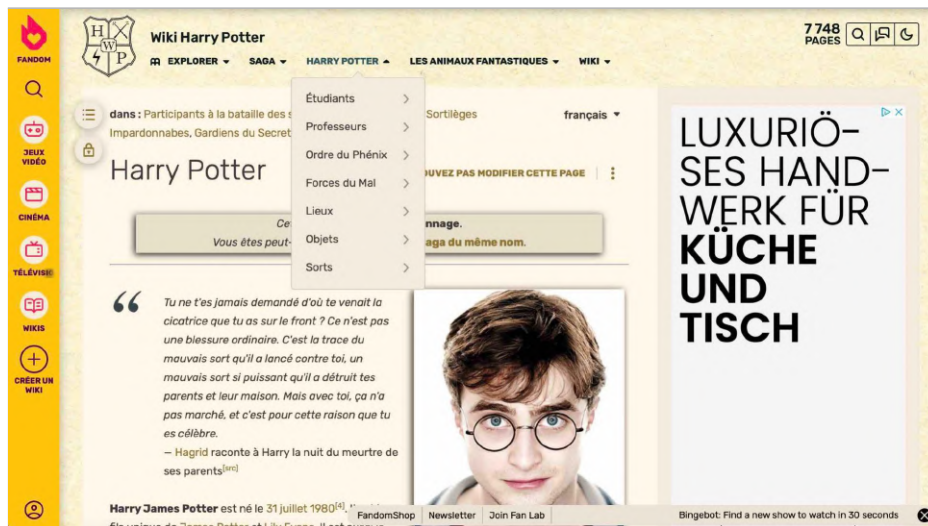
Harry Potter

HARRY POTTER

Auteur J. K. Rowling
Pays Royaume-Uni
Genre Low fantasy

Version originale

Langue Anglais britannique
Titre Harry Potter

Page [Wikipédia](#)


Wiki Harry Potter

7 748 PAGES

EXPLOREZ SAGA HARRY POTTER LES ANIMAUX FANTASTIQUES WIKI

dans : Participants à la bataille des Impardonnables, Gardiens du Secret

Harry Potter

Vous êtes peut-être intéressé par :

- Étudiants
- Professeurs
- Ordre du Phénix
- Forces du Mal
- Lieux
- Objets
- Sorts

Sortilèges français

NE POUVEZ PAS MODIFIER CETTE PAGE

“ Tu ne t'es jamais demandé d'où te venait la cicatrice que tu as sur le front ? Ce n'est pas une blessure ordinaire. C'est la trace du mauvais sort qu'il a lancé contre toi, un mauvais sort si puissant qu'il a détruit tes parents et leur maison. Mais avec toi, ça n'a pas marché, et c'est pour cette raison que tu es célèbre. — Hagrid raconte à Harry la nuit du meurtre de ses parents^[src] ”

Harry James Potter est né le 31 juillet 1980^[src].

FandomShop Newsletter Join Fan Lab

Bingebot: Find a new show to watch in 30 seconds

LUXURIÖSES HANDWERK FÜR KÜCHE UND TISCH

Page [Wiki Harry Potter](#)


UNIVERS Harry Potter

Sablons

JK ROWLING LIVRES FILMS LES ANIMAUX FANTASTIQUES UHP POTTERMANIA MÉDIAS CHEMIN DE TRAVERSE

PERSONNALISE LA BANNIÈRE

VOLDERMORT (26 SORCIERS)

OK

MON COMPTE

NOM DE SORCIER

FORMULE MAGIQUE

SE SOUVENIR DE MOI

Portoloin !

Mot de passe perdu ?

PERSONNALISE TON WIZZY

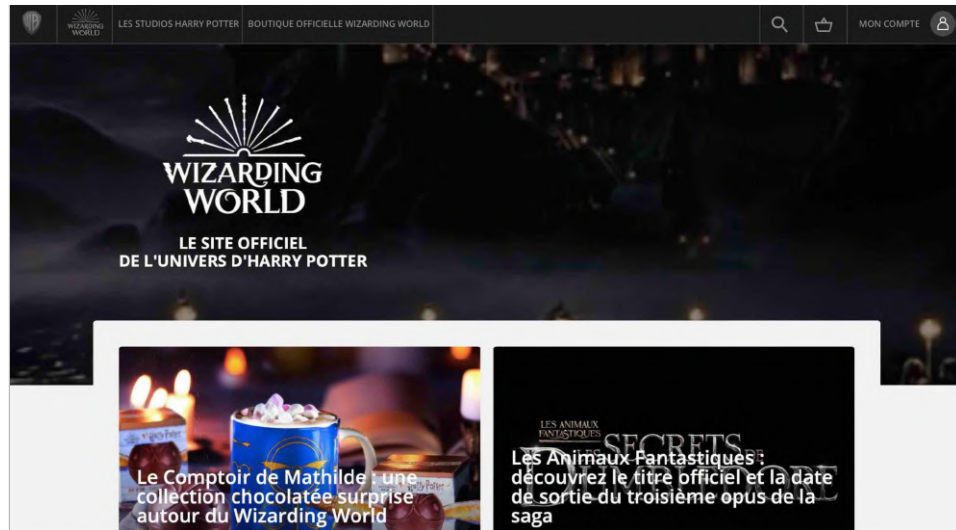
DRACO MALFOY (200 SORCIERS)

OK

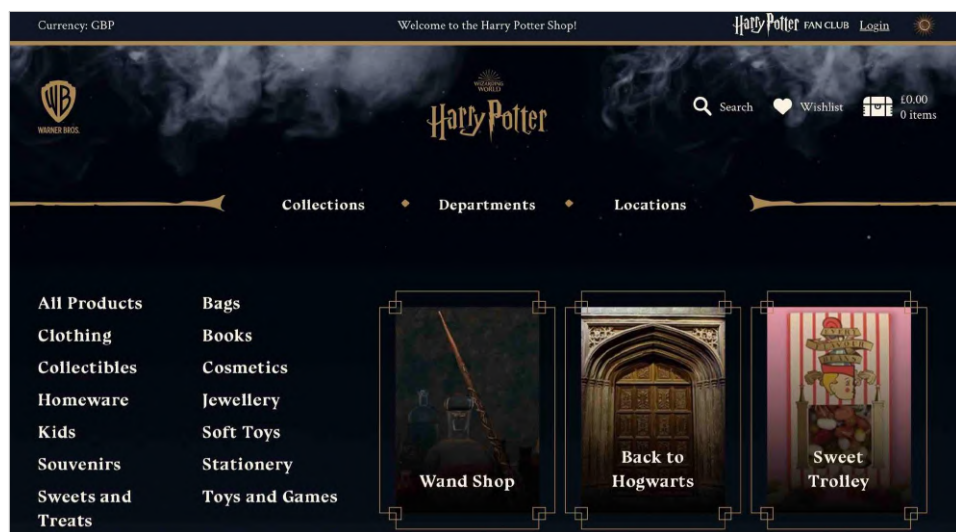
Page [Univers Harry Potter](#)

Sources d'inspiration

Trois sites anglophones sont notre source d'inspiration pour notre site web : Wizing World et ses sites dérivés, Harry Potter Store (New York) et Harry Potter Shop (United Kingdom).



Site de [Wizing World](#)



Site de [Harry Potter Shop](#)



Site de [Harry Potter Store](https://www.harrypotterstore.com/)

Assortiments produits : Liste définitive

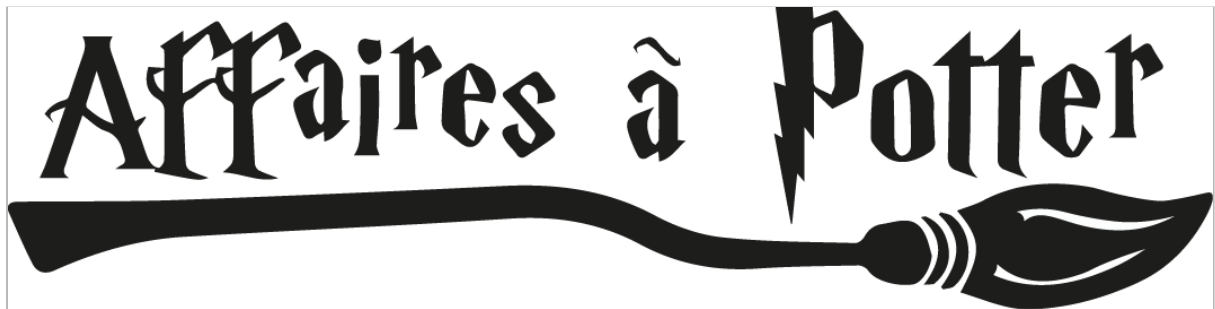
Depuis l'initialisation du projet, nous avons étayé la liste de produits en les regroupant de la façon dont nous les proposerons dans le menu latéral, présent dans les pages "Shop", "Blog" et "Quiz".

- Vêtements et déguisements :
 - T-shirts
 - Pulls
 - Bonnets
 - Écharpes
 - Chaussettes
 - Robe de sorcier
- Accessoires :
 - Chapeau (Choixpeau)
 - Lunettes
 - Baguettes
 - Bijoux
 - Pin's
 - Figurines
- Papeterie :
 - Agenda
 - Carnet
 - Marque-page
 - Lettre de Poudlard
 - Stylos et plumes

Design et identité visuelle

Logo

Pour créer notre logo, nous reprenons la plus proche police d'écriture utilisée pour les titres des films de la saga. Le "P" est très particulier et distinct, puisqu'il reprend la forme de la cicatrice du célèbre héros : Harry. À cela nous ajoutons un balai, objet phare de l'univers des sorciers. Le tout donne le logo suivant :



Logo de notre site e-commerce

Thème graphique

Pour créer notre moodboard, nous commençons par analyser les principales couleurs utilisées dans l'univers de Harry Potter. Les premières couleurs que nous avons choisies comme base sont celles des quatre maisons des sorciers de la saga (Gryffondor, Poufsouffle, Serdaigle et Serpentard). L'ajout du logo contribue à transporter le spectateur du moodboard dans l'univers de Harry Potter, car la police de caractère utilisée est très similaire à celle du logo "Harry Potter" original, que l'on peut retrouver dans les films, notamment. Les couleurs utilisées en arrière-plan sont recouvertes d'une couche opaque, qui nous permet de conserver une identité graphique uniforme pour l'ensemble du document.

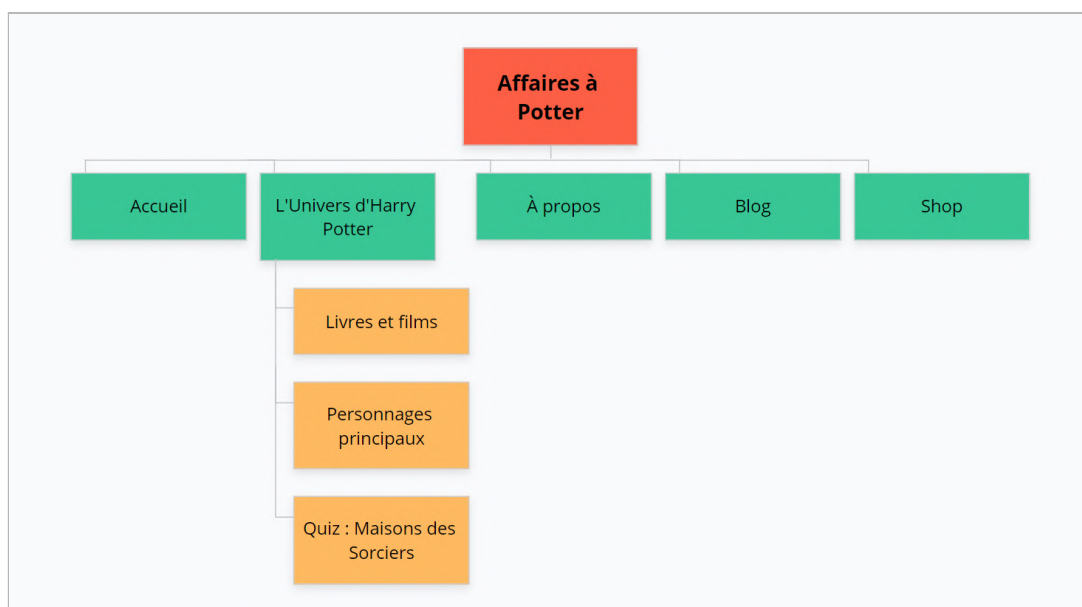
Quant aux images, le choix est d'abord dicté par la palette de couleurs utilisée. Puis, les sujets des images sont choisis pour rappeler une fois de plus l'univers de Harry Potter. Il s'agit notamment du logo Poudlard, de l'enseigne de la boutique Ollivander et Quidditch, du célèbre train menant à l'école des sorciers, et d'objets tels que la boussole intemporelle et les livres anciens. Le reste du design comporte des éléments rectangulaires qui rappellent le style des images et des produits utilisés dans le catalogue de notre site e-commerce.



Moodboard de notre site e-commerce

Plan du site

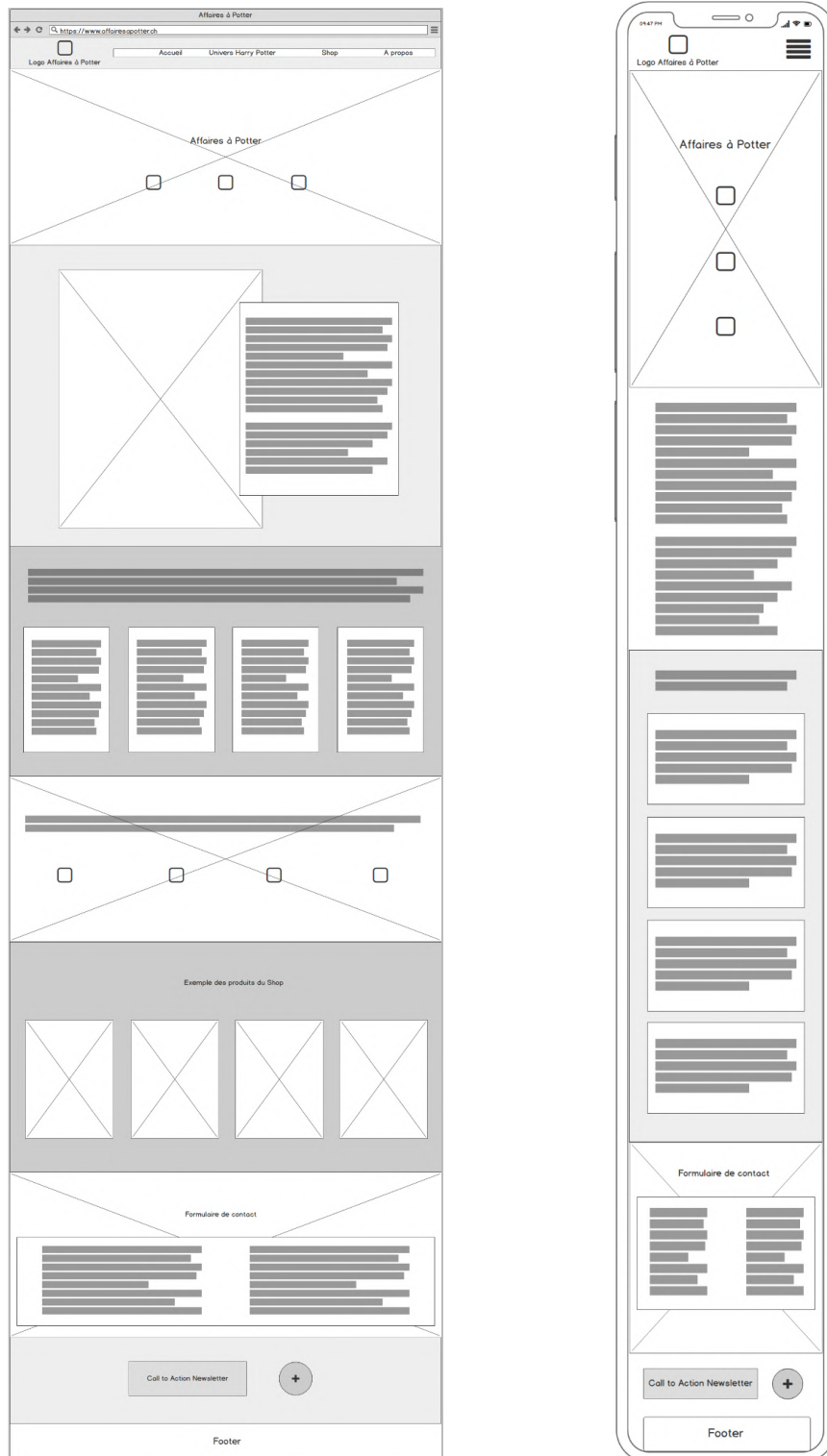
Nous créons ensuite le plan du site avec l'outil Gloomaps, afin de déterminer la structure du menu de notre site. Ce plan est passé par trois changements avant que nous n'arrivions à obtenir le résultat suivant : <https://www.gloomaps.com/yoP9nCRiME>.



Plan de notre site

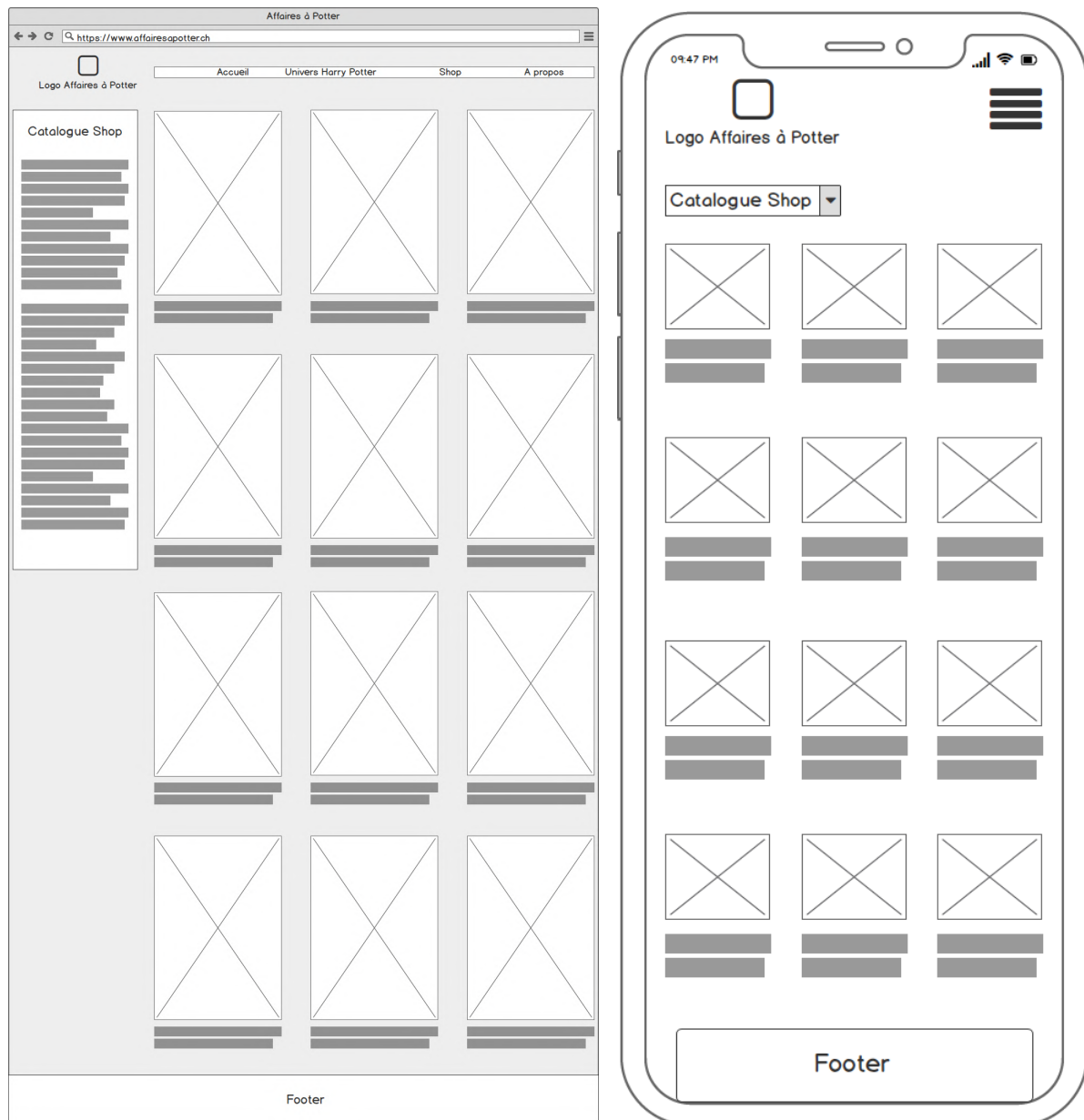
Wireframe

Avant de créer notre site web, nous imaginons ce à quoi ressemblerait la structure de sa page d'accueil ainsi que de la page e-commerce en créant des Wireframes, tant au format ordinateur qu'au format téléphone. Nous réalisons ces Wireframe sur Balsamiq. Voici en premier lieu un aperçu de la structure de l'accueil d'Affaires à Potter, au format ordinateur et téléphone :



Wireframes de la page d'accueil au format Desktop (à gauche) et Smartphone (à droite)

Voici en second lieu un aperçu de la structure de la page e-commerce d'Affaires à Potter, au format ordinateur et téléphone :

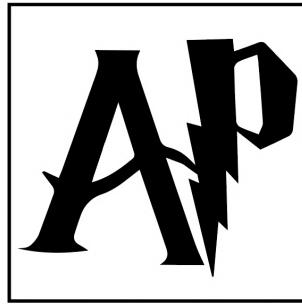


Wireframes de la page e-commerce au format Desktop (à gauche) et Smartphone (à droite)

Favicon

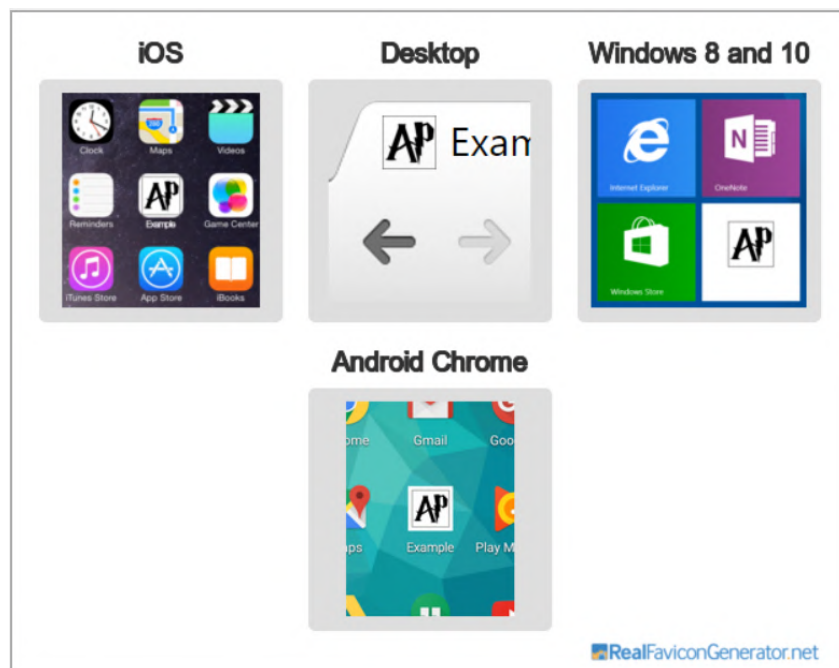
Afin de faire apparaître notre logo dans la barre d'identification de notre site web, nous utilisons une extension qui nous permet de générer le favicon concerné : Favicon by RealFaviconGenerator. Nous avons choisi cette extension parce que celle-ci nous permet de gérer les réglages du favicon pour chaque dispositif (ordinateur, téléphone, système d'exploitation, navigateur, etc.).

Une fois l'extension téléchargée, nous créons l'icône du site web d'Affaires à Potter et la chargeons dans WordPress.



Icône créée en tant que Favicon de notre site

L'extension nous confirme la réussite du chargement et nous présente le résultat selon les différentes possibilités d'intégration de notre icône sur tous les dispositifs.



Visualisation du Favicon sur les différents dispositifs

Contenus

3-5 blogs

Nous rédigeons trois articles de blogs. Il est possible de retrouver les pages en suivant leurs liens, ci-dessous :

- Article de blog 1 : [Affaires à Potter est enfin là !](#)
- Article de blog 2 : [Les produits qu'on vous propose...](#)
- Article de blog 3 : [Les meilleures citations d'Harry Potter](#)

Globalement, la page Blog contenant les trois articles se présente ainsi :



[Page Blog](#) d'Affaires à Potter

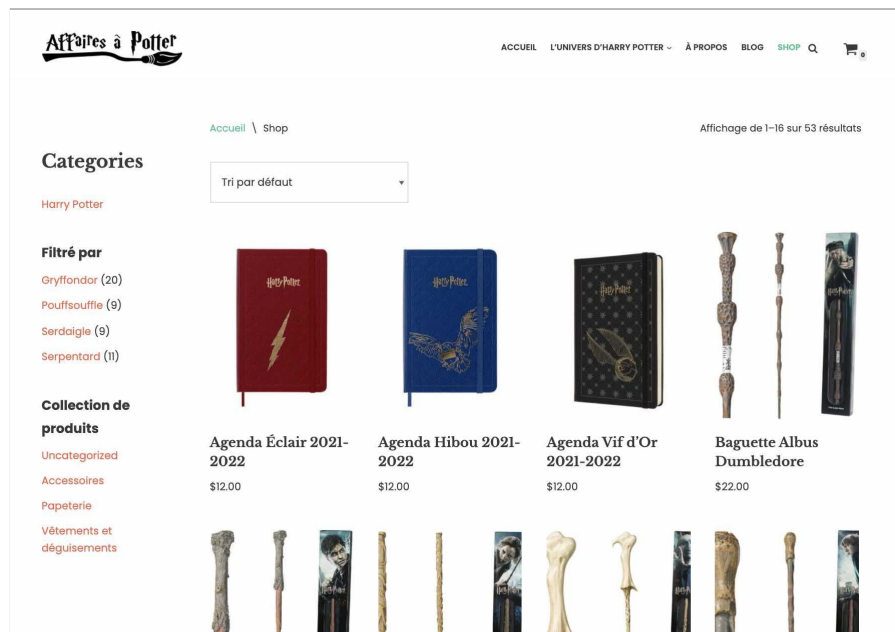
3 catégories de vente

Nous reprenons les trois catégories de vente déterminées précédemment dans la partie “[Assortiments produits : Liste définitive](#)” pour préparer les pages produit et mettre en place la navigation. Pour rappel, ces catégories de vente étaient les suivantes :

- Vêtements et déguisements :
 - T-shirts
 - Pulls
 - Bonnets
 - Écharpes
 - Chaussettes
 - Robe de sorcier
- Accessoires :
 - Chapeau (Choixpeau)
 - Lunettes
 - Baguettes
 - Bijoux
 - Pin's
 - Figurines
- Papeterie :
 - Agenda
 - Carnet
 - Marque-page
 - Lettre de Poudlard
 - Stylos et plumes

Pour la création de ces pages de produits, nous nous sommes inspirés du site de [Manor](#), de la [Fnac](#), d'[Amazon](#), de [Galaxus](#) et de quelques résultats Google, afin d'uniformiser les produits, surtout lorsqu'il s'agissait de trouver un même produit pour les quatre maisons et que ces sites ne les avaient pas tous.

En effet, pour les catégories “Vêtements et déguisements” et “Accessoires”, nous avons souvent décliné un produit créé pour chaque maison de sorciers, soit Poufsouffle, Serdaigle, Gryffondor et Serpentard. Cela a d'ailleurs mené à la création d'un filtre pour trouver des produits spécifiques à une maison. Voici à quoi cette page ressemble :

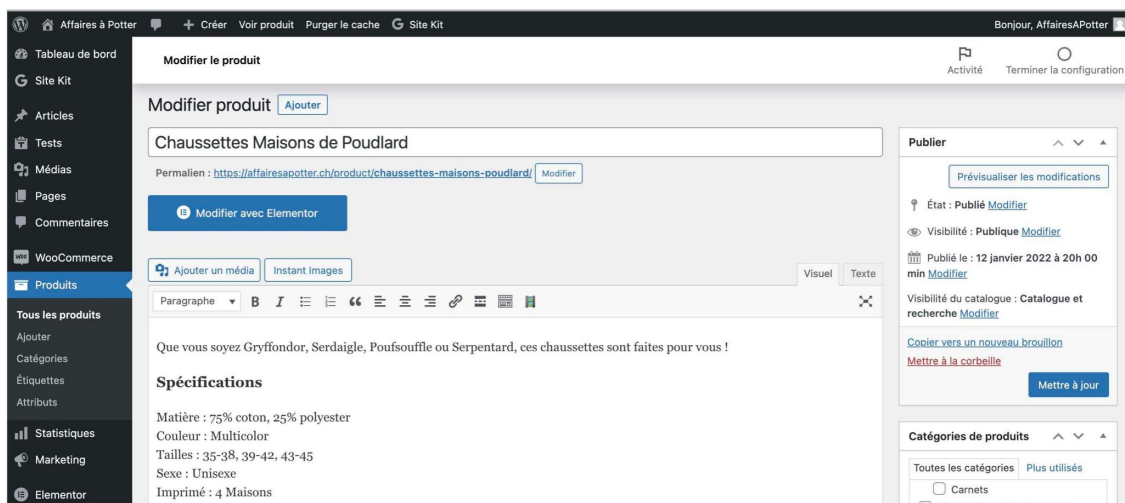


Page e-commerce d'Affaires à Potter

À noter que nous avons changé la devise de dollars vers les francs suisses plus tard.

1. Comment créons-nous nos pages produits ? Et comment les améliorons-nous pour les rendre plus efficaces ?

Nous avons pensé nos pages produits en nous basant sur des templates Produits WooCommerce. Nous rédigeons le titre, une description longue et courte, un tarif régulier, des attributs et une Unité de Gestion de Stock (UGS) pour répertorier chaque article de façon unique. Nous répertorions également chaque produit dans une ou plusieurs catégories et, optionnellement, dans une ou plusieurs maisons de sorciers.



Création d'une page produit WooCommerce dans WordPress

Le template de chaque produit étant très fonctionnel, un produit apparaît avec toutes les informations rédigées dans WordPress, placées de part et d'autre de la page, avec une possibilité de zoomer sur l'image du produit, de l'ajouter au panier ou encore de donner son avis. Cela donne des

pages produits très efficaces, agréables à lire et à interagir avec et *mobile-friendly* ; il n'y a pas besoin de les remanier davantage.

Accueil

L'UNIVERS D'HARRY POTTER

À PROPOS

BLOG

SHOP

Q

Accueil | Accessoires | Bijoux | Boucles d'oreilles Poufsouffle

Categories

Harry Potter

Collection de produits

Uncategorized

Accessoires

Baguettes

Bijoux

Chapeau

Figurines

Lunettes

Pin's

Papeterie

Vêtements et déguisements

Boucles d'oreilles Poufsouffle

\$18.00

Vous faites preuve de loyauté, de sincérité, de modestie et de patience ? Vous appartenez donc bien à la maison de Poufsouffle et ces boucles d'oreilles sont faites pour vous !

- Matière : Plaqué argent
- Couleurs : Argent, jaune

1

Ajouter au panier

UGS : HP-32

Catégorie : Bijoux

Description

Informations complémentaires

Avis (0)

Description

Informations complémentaires

Avis (0)

Vous faites preuve de loyauté, de sincérité, de modestie et de patience ? Vous appartenez donc bien à la maison de Poufsouffle et ces boucles d'oreilles sont faites pour vous !

Spécifications

Matière : Plaqué argent

Couleurs : Argent, jaune

© Licence Harry Potter

N.B : Ce produit ne sera pas véritablement vendu, car il s'agit d'un site fictif effectué dans le cadre d'un projet d'études.

Produits similaires



Collier Retourneur de temps

\$65.00



Boucles d'oreilles Serpentard

\$18.00



Boucles d'oreilles Serdaigle

\$18.00



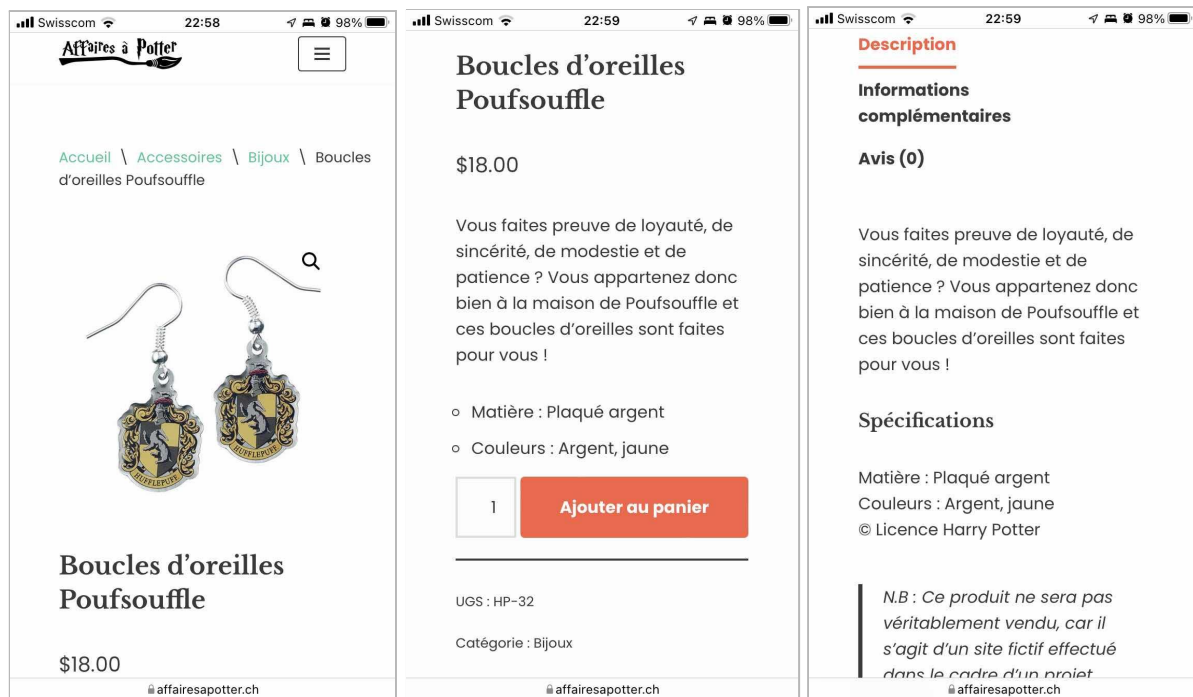
Collier Vif d'Or

\$32.00

Fiche technique d'un produit spécifique au format Desktop

HE^{VD}
IG

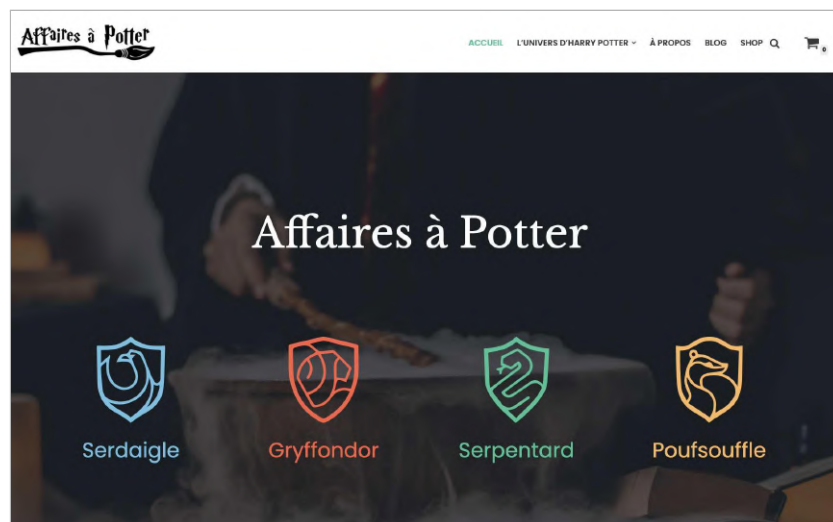
25

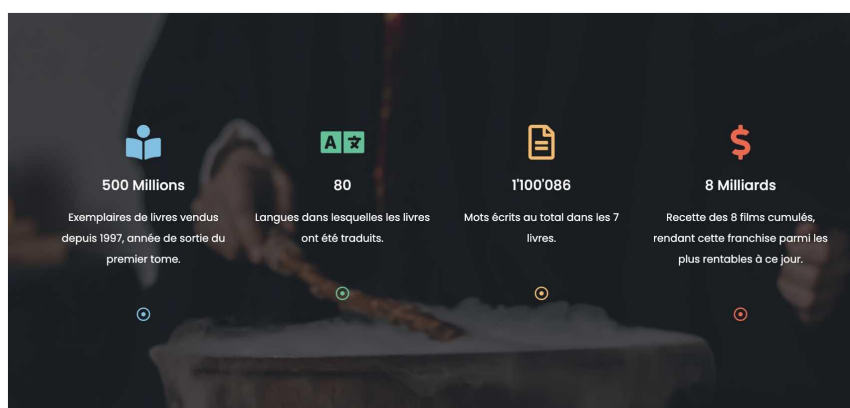
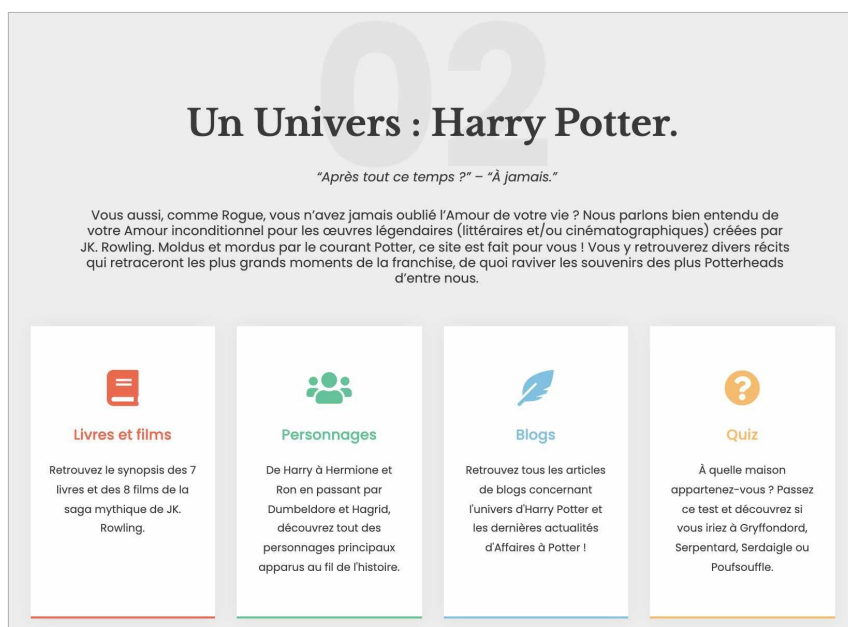


Fiche technique d'un produit spécifique au format Smartphone

Autres contenus du site

En plus des articles de blog et de la page e-commerce, nous rédigeons du contenu pour six autres pages du menu : la page d'accueil, les résumés des livres et films, la présentation des personnages principaux, le quiz interactif et la page À Propos. Voici à quoi chaque page ressemble dans leur globalité :





03

Shop.

Découvrez toute la gamme de produits faits pour les fans. [Rendez-vous ici.](#)

Accessoires



- ★ Choixpeau
- ★ Lunettes
- ★ Baguettes
- ★ Pin's
- ★ Figurines et peluches

[MONTRE-MOI](#)

Vêtements et déguisements



- ★ T-Shirts
- ★ Pulls
- ★ Bonnets
- ★ Écharpes
- ★ Chaussettes
- ★ Robes de sorciers

[MONTRE-MOI](#)

Papeterie



- ★ Agenda
- ★ Carnets
- ★ Marques page
- ★ Lettre de Poudlard
- ★ Stylos et plumes

[MONTRE-MOI](#)

04

Nous Contacter.

Un commentaire, une remarque ? N'hésitez pas à nous contacter via le formulaire ci-dessous !

[Envoyer mon message](#)

[Page d'accueil](#) d'Affaires à Potter

Affaires à Potter
ACCUEIL L'UNIVERS D'HARRY POTTER À PROPOS BLOG SHOP

Livres et Films

 Serdaigle
 Gryffondor
 Serpentard
 Poufsouffle



01 Harry Potter à l'école des sorciers

À la veille de ses 11 ans, le jeune Harry Potter reçoit une lettre l'informant de son inscription à une école de sorcellerie : Poudlard. Face au refus de son oncle **Vernon** et de sa tante **Pétunia** de le laisser aller dans cette école, un demi-géant du nom de **Rubeus Hagrid** va le chercher. Harry, qui a toujours vécu dans le monde des « moldus » (c'est-à-dire des « non-sorciers »), apprend par stupéfaction qu'il existe ainsi un monde rempli de magie, caché aux yeux des humains. Il apprend également que ses parents étaient aussi des sorciers et qu'ils sont morts il y a de cela 10 ans de la main d'un mage noir puissant : **VolDEMORT**. Harry était présent ce jour-là, et il a survécu. VolDEMORT, lui, a disparu.

Harry se retrouve alors dans le Poudlard Express, train qui l'amène vers la célèbre école du même nom. Il y rencontre **Ron Weasley** et **Hermione Granger**, qui deviendront vite ses meilleurs amis. Arrivés à Poudlard, une cérémonie de répartition dans les quatre maisons (Gryffondor, Poufsouffle, Serdaigle et Serpentard) a lieu avec l'aide du Choixpeau, qui analyse la personnalité de chaque nouvel élève et qui les attribue dans ces différentes maisons. Harry, Ron et Hermione terminent à Gryffondor, sous le regard bienveillant du



LE 12 SEPTEMBRE AU CINÉMA

Serdaique et Serpentard) a lieu avec l'aide du Choixpeau, qui analyse la personnalité de chaque nouvel élève et qui les attribue dans ces différentes maisons. Harry, Ron et Hermione terminent à Gryffondor, sous le regard bienveillant du directeur : **Albus Dumbledore**.

L'année se déroule, les jeunes sorciers sont formés à voler sur leur balai, à préparer des potions ou encore à lancer des sortilèges. Harry devient le plus jeune joueur de l'équipe de Quidditch de Gryffondor en tant qu'attrapeur de vif d'Or. À Noël, Harry reçoit une cape d'invisibilité. Il l'utilise pour se rendre à la bibliothèque une nuit, et surprend une conversation menaçante entre **Severus Rogue** (professeur de Potions et directeur de la maison Serpentard) et **Quirinus Quirell** (professeur de défense contre les forces du Mal). Harry a toujours suspecté Rogue d'être un ennemi depuis sa rentrée à Poudlard. Il pense qu'il veut se procurer la pierre philosophale, qui aurait le pouvoir d'offrir l'immortalité et qui se situe sous une trappe gardée par un chien à trois têtes, pour l'offrir à Voldemort.

Harry, Hermione et Ron vont donc tenter de devancer Rogue en récupérant cette pierre en premiers. Harry termine son parcours seul, après qu'une partie d'échec géante ait assommé Ron, auprès duquel Hermione va rester s'occuper. Il se retrouve non pas face à Rogue, mais face à Quirell, dont l'arrière du crâne montre le visage de Voldemort. Harry, qui réussit à récupérer la pierre, est finalement sauvé par Dumbledore.



Harry Potter à l'École des Sorciers - Bande Annonce Officielle (VF)

WB

BANDE ANNONCE OFFICIELLE

Regarder sur YouTube

Page de [résumés des livres et films](#) d'Affaires à Potter

Affaires à Potter
ACCUEIL L'UNIVERS D'HARRY POTTER À PROPOS BLOG SHOP Q

Personnages principaux

 Serpardale
 Gryffondor
 Serpentard
 Poufsouffle



Devenu orphelin à un an suite au meurtre de ses parents sorciers de la main de Lord Voldemort, qui a par la suite disparu, Harry grandit avec son oncle, sa tante et son cousin, qui le détestent, dans le monde des moldus. À 11 ans, il reçoit une lettre l'informant de son inscription à l'école de sorcellerie de Poudlard. Il s'y rend et rencontre ses deux meilleurs amis : Hermione Granger et Ron Weasley. De là commencent une multitude de péripéties pour les trois amis, qui sont toujours liés au retour de son plus grand ennemi, Lord Voldemort, et dont Harry en ressort héroïque et victorieux.

Harry Potter
Élève de Gryffondor, membre de l'Armée de Dumbledore puis de l'Ordre du Phénix

Née de deux parents moldus et considérée de ce fait comme une « Sang-de-Bourbe » par les partisans de Lord Voldemort, Hermione est cependant une élève brillante qui se démarque de sa classe grâce à ses connaissances avancées en magie. Elle rencontre Harry et Ron dans le Poudlard Express en première année et les sauvera à plus d'une reprise avec des sortilèges, potions et autres objets magiques. Elle développe des sentiments pour Ron au cours des sept années et finit par se marier avec lui.

Hermione Granger
Élève de Gryffondor, membre de l'Armée de Dumbledore puis de l'Ordre du Phénix



Page de [présentation des personnages](#) d'Affaires à Potter

Affaires à Potter
ACCUEIL L'UNIVERS D'HARRY POTTER À PROPOS BLOG SHOP Q

Quiz : À quelle maison de sorciers appartenez-vous ?

 Serpardale
 Gryffondor
 Serpentard
 Poufsouffle

01

Les Maisons

"Les quatre Maisons s'appellent Gryffondor, Poufsouffle, Serdaigle et Serpentard. Chaque Maison a sa propre histoire noble et chacune a produit des sorcières et des sorciers exceptionnels. A la fin de l'année, la Maison ayant le plus de points se voit décerner la Coupe des Maisons, un grand honneur. J'espère que chacun de vous fera honneur à la Maison qui deviendra la vôtre." – Minerva McGonagall

Serdaigle

La maison tient son nom de Rowena Serdaigle, l'une des quatre fondatrices de l'école. Son blason est un aigle de bronze sur fond bleu.

Gryffondor

La maison Gryffondor tient son nom de Godric Gryffondor, l'un des quatre fondateurs de l'école. Son blason est un lion doré sur fond rouge.

Serpentard

La maison tient son nom de Salazar Serpentard, l'un des quatre fondateurs de l'école. Son blason est un serpent argenté sur fond vert.

Poufsouffle

La maison tient son nom de Helga Poufsouffle, l'une des quatre fondatrices de l'école. Son blason est un blaireau noir sur fond jaune et noir.

02

Le Choixpeau

Je déciderai de ton avenir à Poudlard...

Je n'suis pas d'une beauté suprême
Mais faut pas s'fier à ce qu'on voit
Je veux bien me manger moi-même
Si vous trouvez plus malin qu'moi.

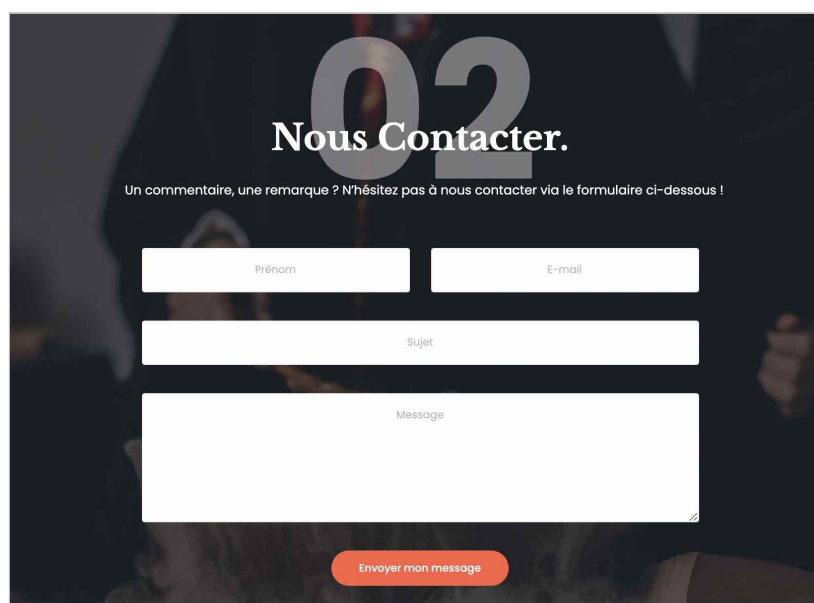
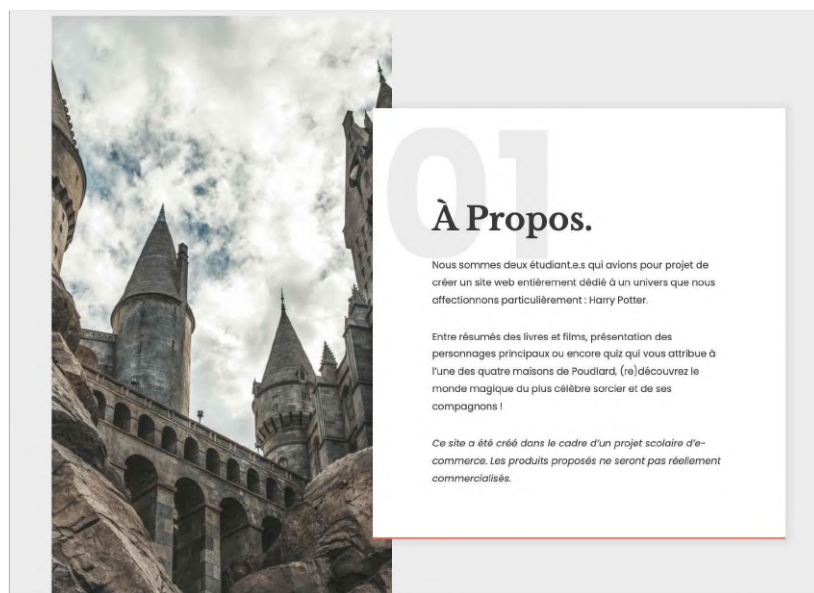
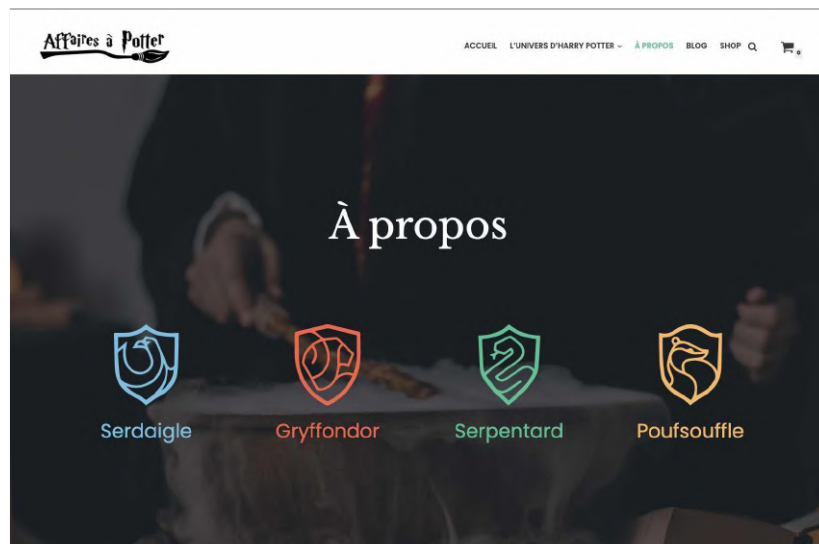
Les hauts-d'forme, les chapeaux splendides,
Font pâti'figure auprès de moi
Car à Poudlard, quand je décide,
Chacun se soumet à mon choix.

Rien ne m'échapp' rien ne m'arrête
Le Choixpeau a toujours raison
Mettez-moi donc sur votre tête
Pour connaître votre maison.

Le ChoixPeau
Artefact magique

Découvrir ma maison

Page de [quiz qui attribue à une maison](#) dans le site web d'Affaires à Potter

Page [À Propos](#) d'Affaires à Potter

Questions juridiques

Nous ajoutons en premier dans le pied de page de toutes les pages du site la mention “Site fictif réalisé dans le cadre d’un projet d’étude. Aucune commande ne sera honorée”. Cela est d’autant plus important pour nous qui avons construit un site e-commerce entier sur l’une des sagas les plus protégées au monde.

Site fictif réalisé dans le cadre d'un projet d'études. Aucune commande ne sera honorée !

© Affaires à Potter, 2022

Pied de page ajouté au site

2. Quelles conditions générales devrions-nous intégrer ?

Selon le Portail PME de la Confédération, les conditions générales de vente doivent contenir :

- **“Garantie.** Conditions de garantie qui s'appliquent aux biens ou services vendus lors de la transaction.
- **Protection des données.** Utilisation des données récoltées, techniques de cryptage, etc.
- **Commandes.** Conditions de facturation, de paiement, TVA, etc.
- **Livraison.** Zones livrables, délais de livraison, etc.
- **Responsabilités.** Par exemple, responsabilités en cas d'altération de la marchandise lors de l'envoi.
- **Retours.** Politique en matière de reprise ou d'échange.
- **Droit applicable et for juridique.** Droit et tribunal compétent en cas de litige (référence au droit suisse).”¹

Nous devrions ainsi créer un document entier listant et décrivant toutes les conditions générales de notre site web, que les utilisateurs peuvent lire et approuver en cochant une case, généralement lors de la commande. Ces conditions générales permettent ainsi de se protéger juridiquement, si le client porte plainte contre nous.

¹ Conditions générales de vente :

<https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home/savoir-pratique/gestion-pme/e-commerce/creer-site/conditions-generales-vente.html>

3. Quelles politiques de protection des données devrions-nous intégrer ?

Notre site e-commerce étant basé en Suisse et récoltant des données sensibles de clients, il devient soumis à la Loi fédérale sur la protection des données². Toujours selon le Portail PME de la Confédération, “la loi prévoit notamment les points suivants :

- Les données personnelles doivent être traitées uniquement dans le but indiqué au moment de leur collecte.
- Ces informations ne peuvent être communiquées en dehors des frontières suisses, à moins d'observer les exceptions légales.
- Les données personnelles doivent être protégées contre tout traitement non autorisé par des mesures techniques et organisationnelles appropriées.”³

Ainsi, il est de notre devoir de traiter ces données de façon transparente et sécurisée.

À noter que les politiques de protection des données ainsi que les conditions générales pré-écrites peuvent être intégrées au site au moyen d’extensions WordPress et modifiées⁴.

² Loi fédérale sur la protection des données : https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1993/1945_1945_1945/fr

³ Site commercial et protection des données : <https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home/savoir-pratique/gestion-pme/e-commerce/creer-site/site-commercial-et-protection-donnees.html>

⁴ RGPD et WordPress : <https://wpmarmite.com/rgpd-wordpress/>

Activité commerciale

Compte Amazon “Club Partenaire”

Nous commençons par créer un compte Amazon “Club Partenaire” pour notre site Affaires à Potter. Les trois copies d’écran suivantes montrent la configuration de notre nouveau compte.

The screenshot shows the 'Profil' (Profile) configuration page for an Amazon 'Club Partenaire' account. The form includes the following sections:

- Profil**: Header section.
- Important**: A note to read instructions before filling out the form.
- Choisissez votre ID Partenaire ***: A text input field containing 'affairesapotter22'.
- Votre liste de sites internet**: A text area containing 'https://affairesapotter.ch/'.
- Votre liste d'applications mobiles**: An empty text area.
- À quoi servent vos sites internet ou applications mobiles ? ***: A text area containing the description: 'Notre site web présente l'univers d'Harry Potter, s'adresse aux fans inconditionnels de la saga et met en avant plusieurs produits (vêtements, accessoires et papeterie) que l'on peut retrouver dans l'histoire.'
- Que peuvent faire les utilisateurs sur votre site internet ou application mobile, à qui s'adresse-t-il ou elle et quels autres types de produits avez-vous l'intention de mettre en avant ?**: A question text.
- Lequel des sujets suivants décrit le mieux vos sites internet ou applications mobiles ? ***: Two dropdown menus. The first is set to 'Vente de Marchandises' and the second to 'Vêtements/Bijoux/Chaussures'. There is a link 'Ajoutez un autre sujet'.
- Quels types d'articles Amazon avez-vous l'intention de mettre en avant sur vos sites internet ou applications mobiles ? ***: A grid of checkboxes. 'Vêtements/Chaussures/Bijoux' is checked. Other options include DVD/Blu-Ray/Jeux Vidéo/Musique, High-Tech, Jouets/Enfance/Bébé, Livres, Maison/Jardin, and Ordinateurs/Bureautique.
- Quelle catégorie décrit le mieux vos sites internet ou applications mobiles ? ***: Two dropdown menus. The first is set to 'Site de contenu/niche' and the second to 'Blog'. There is a link 'Ajoutez une autre catégorie'.

Configuration du profil “Club Partenaire” Amazon

Nous répondons à plusieurs questions administratives. Une partie des questions concerne le trafic sur notre site web et la monétisation, comme nous pouvons le voir sur la copie d’écran qui suit.

Traffic et monétisation

Quelle méthode utilisez-vous pour générer du trafic sur votre ou vos site(s) internet ? *

☐ SEM (liens sponsorisés sur les moteurs de recherche)
 ☐ Publicité Display
 ☒ SEO
 ☐ Email
 ☒ Réseaux Sociaux

☒ Blogs
 ☒ Portail e-commerce
 ☐ Forum

☐ Coût par Lead
 ☐ Offline
 ☐ Deals & Coupons / Rabais

☒ Autres

Comment utilisez-vous vos sites internet et applications pour générer des revenus ? *

Portail e-commerce ▼

Sélectionnez une méthode secondaire ▼ [Ajoutez-en une autre](#)

Comment bâtissez-vous des liens ? *

Editeur de Blogs (ex : Blogger, Wordpress, Typepad...) ▼

Combien de visiteurs uniques se rendent sur vos sites internet et applications mobiles chaque mois ? *

Moins de 500 ▼

Quelle est la raison principale qui vous pousse à participer au Programme Partenaires Amazon.fr ? *

Créer du contenu sur mon site Internet ▼

Comment avez-vous entendu parler de nous ? *

Bouche-à-oreille ▼

Configuration du trafic et de la monétisation "Club Partenaire" Amazon

Une fois la procédure Amazon terminée, notre compte du Club Partenaires Amazon se crée.

Club Partenaires **amazon**

Créer votre compte du Club Partenaires Amazon

☒ Informations sur le compte
 ☒ Liste des sites internet et applications mobiles
 ☒ Profil
 ☐ Commencer à utiliser le Club Partenaires

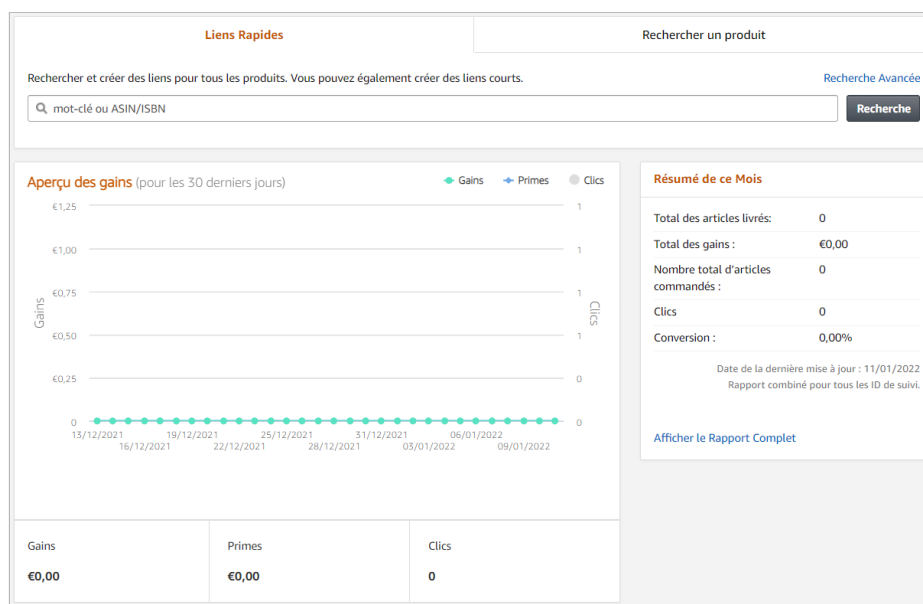
Félicitations, Affaires Potter

Merci pour votre candidature au Programme Partenaires d'Amazon.fr. Une fois que vous aurez cumulé trois ventes donnant droit, notre équipe passera en revue le(s) site(s) ou compte(s) social(aux) associé(s) à votre application afin de nous assurer que vous respectez les Conditions Générales d'Adhésion au Programme Partenaires d'Amazon EU.

Pays & Site Internet: Club Partenaires Amazon
 Identification Partenaire: affairesapott-21 ☒

Création du compte "Club Partenaire" Amazon

Voici la page d'accueil du site web dans laquelle nous pouvons trouver un aperçu de notre activité liée à Amazon : <https://partenaires.amazon.fr/home>.



Activité de notre compte "Club Partenaires" Amazon

La configuration finale implique la mise en place d'un ou plusieurs articles liés à Amazon sur notre site web. Nous décidons de traiter les produits d'Amazon comme une sorte de publicité Display utilisée sur les colonnes latérales de notre site web. Ainsi, lorsque l'on visite notre [page de quiz](#), les publicités Amazon apparaissent sur le côté gauche de la page, du moins si aucun bloqueur de publicité n'est actif sur le navigateur. Pour saisir ces produits dans la page web d'Affaires à Potter, nous nous référons à une [marche à suivre](#) trouvée directement sur le site web de WordPress.

The screenshot shows the 'Créer un lien vers une page spécifique d'Amazon en utilisant les outils ci-dessous' (Create a link to a specific Amazon page using the tools below) section of the Amazon Associates dashboard. It includes options to customize the link and a preview of the resulting HTML code.

1. Personnaliser le lien

- ☒ Ouvrir le lien dans une nouvelle fenêtre
- ☒ Afficher la bordure
- Couleur d'arrière-plan: #ffffff
- Couleur du titre: #0066c0
- Couleur du prix: #333333
- [Réinitialiser les couleurs](#)

2. Prévisualisation en direct

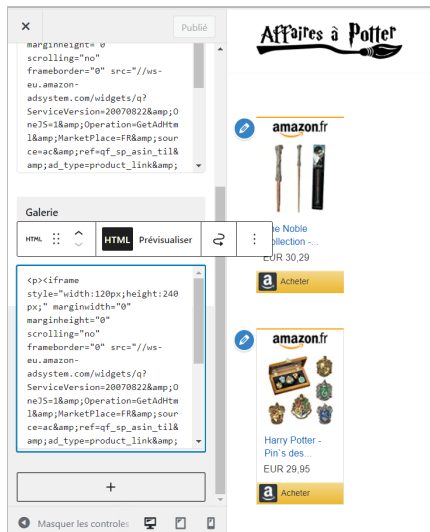
Ce lien est géré par nos soins. Vous n'avez pas besoin de télécharger l'élément graphique. Il vous suffit de mettre en surbrillance et de copier le code HTML indiqué ci-dessous, puis de le coller dans le code de votre site Web.

3. Obtenir le code HTML pour ce lien produit

Mettez en surbrillance et copiez le HTML ci-dessous, puis collez-le dans le code de votre site Web

```
<iframe style="width:120px;height:240px;" marginwidth="0" marginheight="0" scrolling="no"
frameborder="0" src="//wz-eu.amazon-adsystem.com/widgets/q?
ServiceVersion=20070822&OneJS=1&Operation=GetAdHtml&MarketPlace=FR&source=ac&ref=
=ql_sp_asin_tillad_type=product_link&tracking_id=affairesapott-
21&marketplace=amazon&region=FR&placement=B002YXBEKG&asin=B002YXBEKG&link
Id=c0a967734790b0a31d77623f6c30437c&show_border=true&link_opens_in_new_window=true&price_color=333333&title_color=0066c0&bg_color=ffffff">
</iframe>
```

Configuration des publicités Amazon



Ajout des publicités Amazon

Principalement, il s'agit en premier lieu de trouver deux produits Amazon déjà listés dans notre panel d'articles (nous rappelons que nous avons sélectionné nos articles sur Amazon, Manor, la Fnac et Galaxus, notamment), d'obtenir un lien du produit concerné, de choisir sa typologie d'affichage et, à la fin, dans WordPress, d'utiliser une balise HTML et de déposer le lien copié avant la balise.

Après tous ces réglages, nous obtenons un résultat final :



Apparition des publicités sur la colonne gauche latérale, à côté du quiz des sorciers.

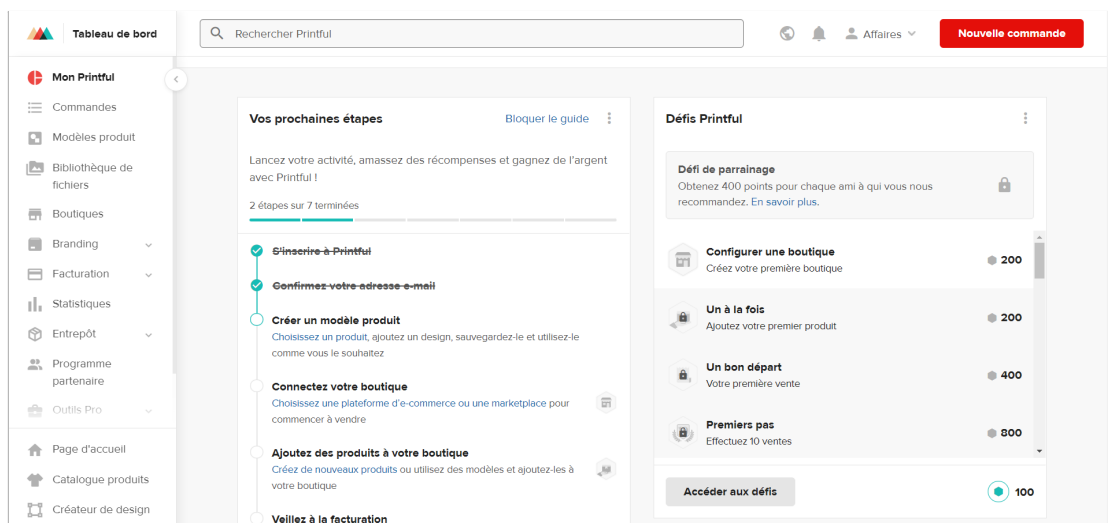
Sur la deuxième copie d'écran est montré le résultat d'un clic sur la deuxième image produit d'Amazon.



Redirection vers l'article Amazon

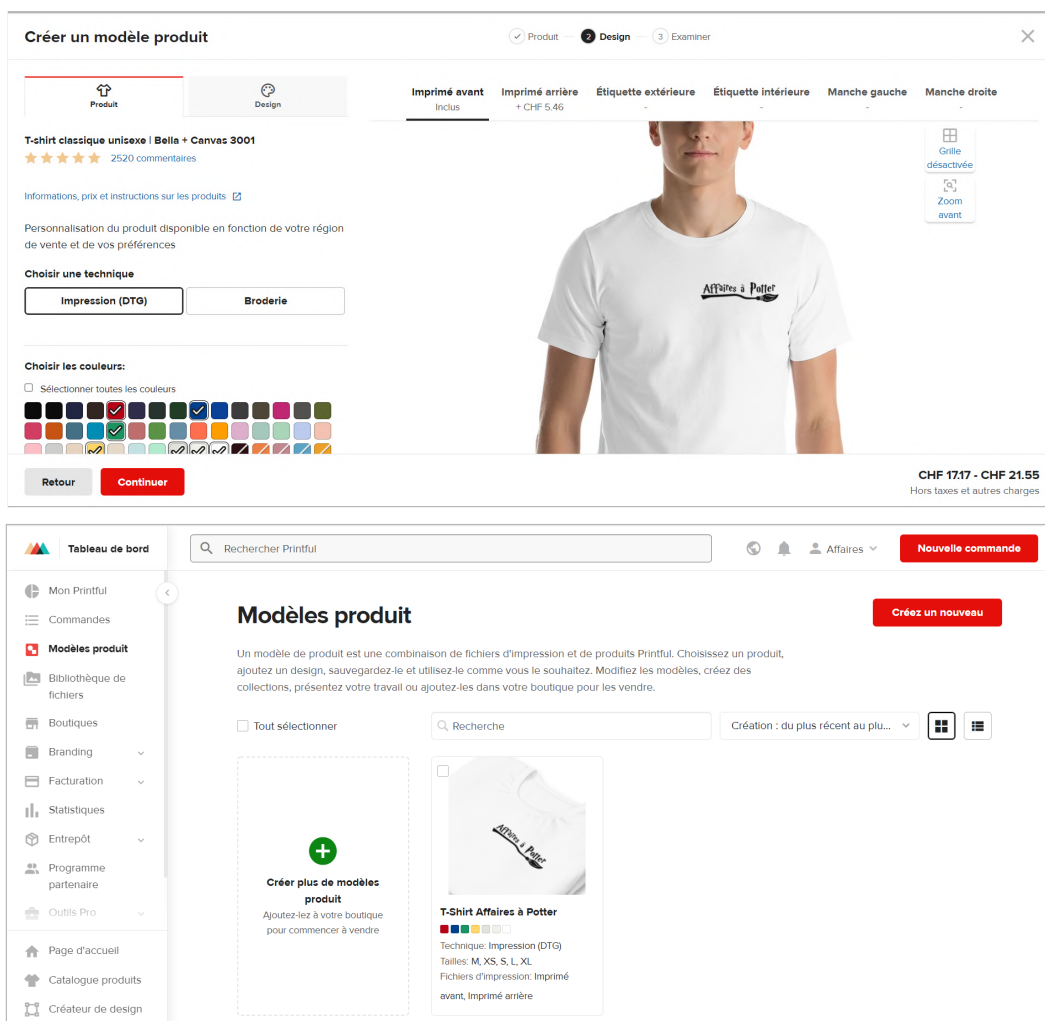
Compte PrintFul

L'inscription à Printful est très simple ; nous saisissons nos données principales et, à la fin, confirmons l'adresse mail que nous avons choisi d'utiliser. Une fois terminé, nous pouvons accéder au tableau de bord principal.



Aperçu du tableau de bord PrintFul

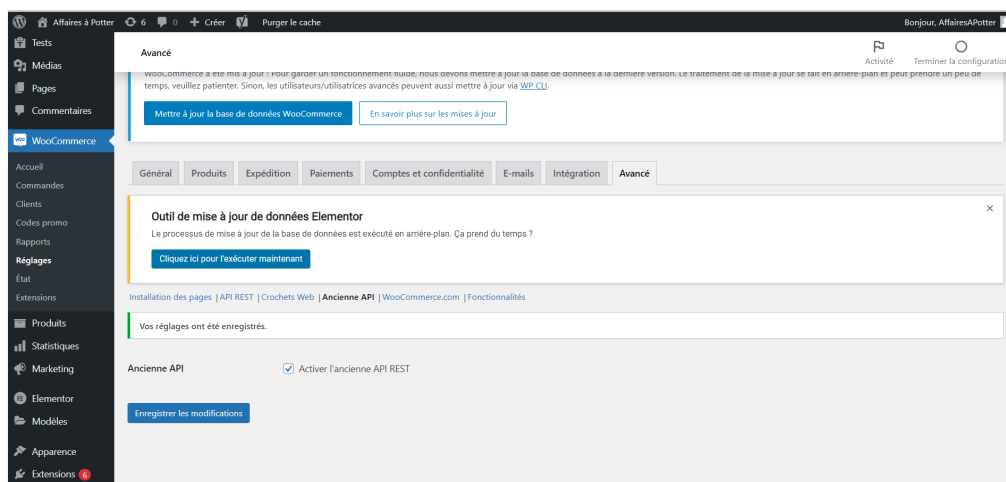
La première chose à faire est de créer un produit que nous pourrions vendre sur notre site web. Étant donné que notre site web ne traite que des produits liés à Harry Potter, nous décidons de créer un produit à nous : un T-shirt avec le logo entier d'Affaires à Potter sur le devant et le logo raccourci dans le dos.



Création d'un produit personnalisé Affaires à Potter

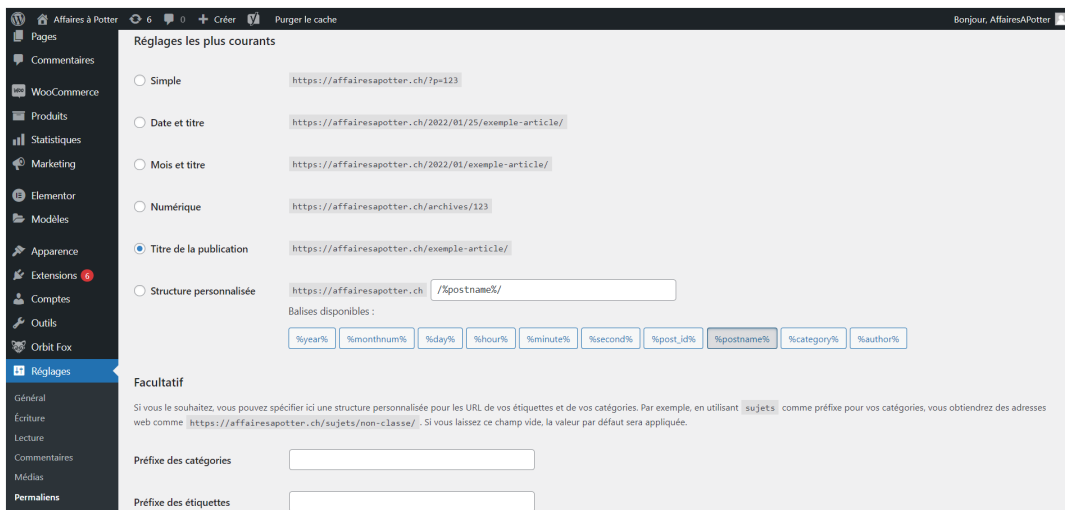
Après avoir créé le modèle produit désiré, nous procédons à la connexion de notre boutique en ligne. Pour ce faire, nous nous référons à une [marche à suivre](#) de cinq étapes proposée par Printful.

Étape 1 : Nous activons l'API REST dans les paramètres WooCommerce dans WordPress.



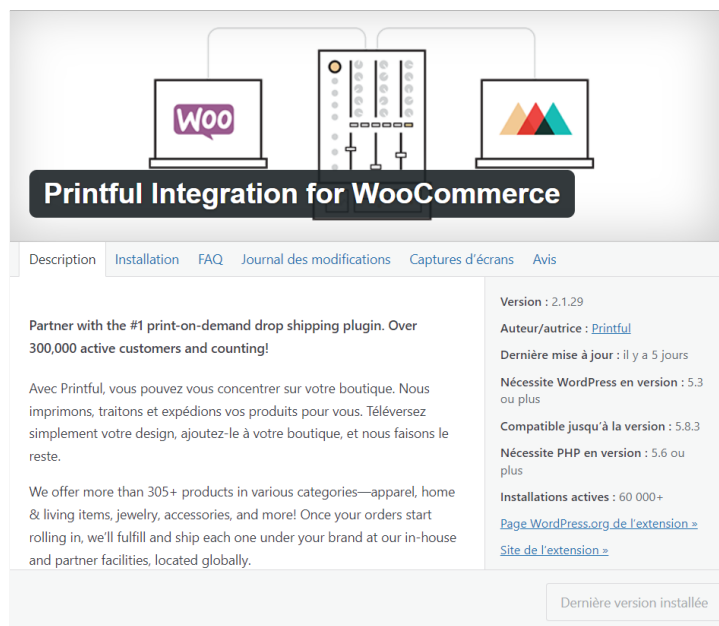
Activation de l'API REST dans l'extension WooCommerce

Étape 2 : Nous nous assurons que l'option "Simple" n'est pas définie dans les réglages du permalien et choisissons à la place l'option "Titre de la publication".



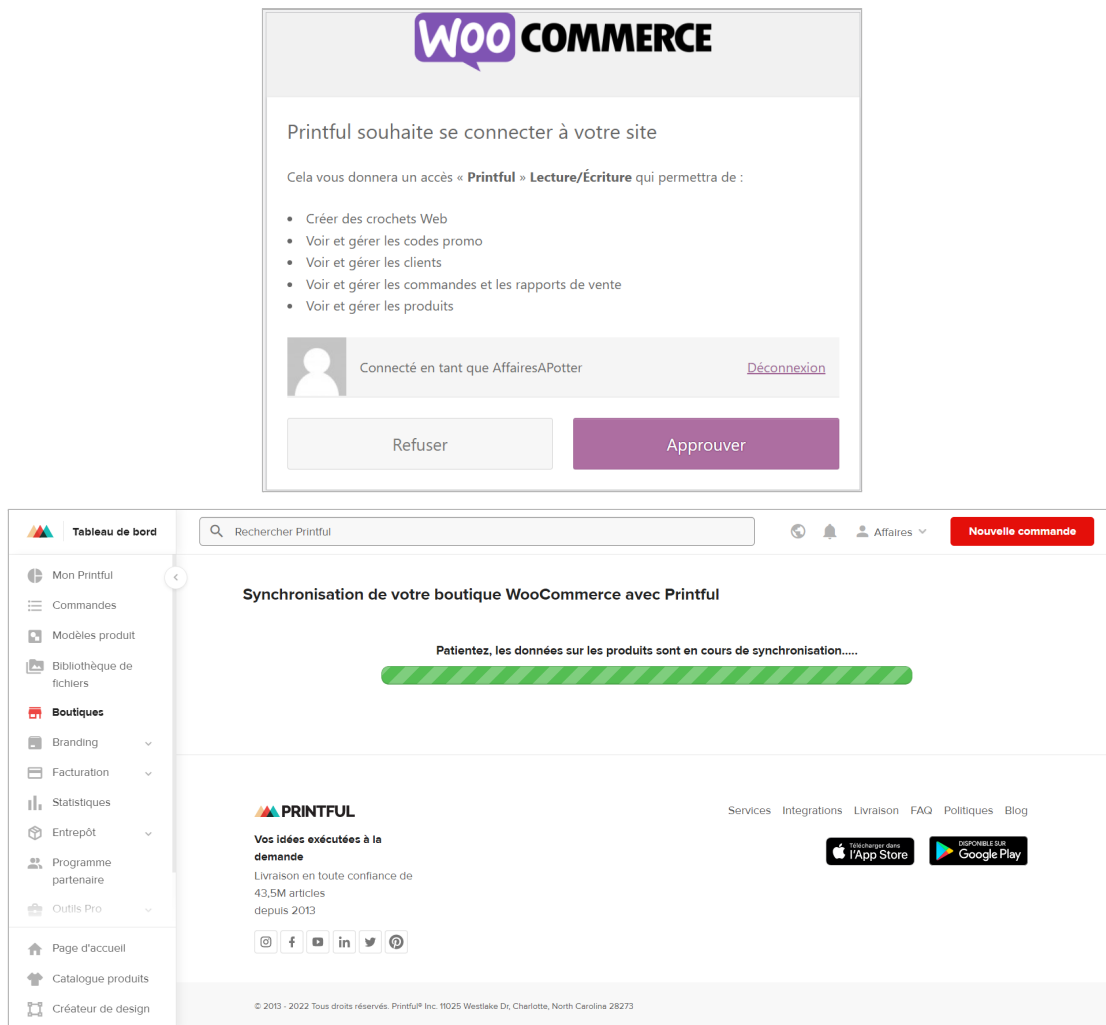
L'option "Titre de la publication" cochée

Étape 3 : Nous installons l'extension Printful et l'activons.



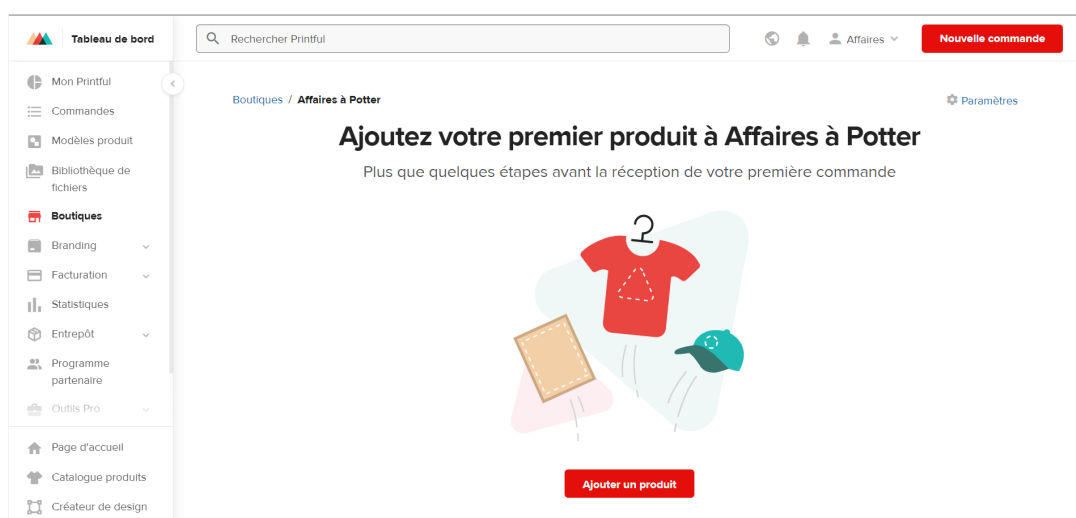
L'extension Printful Integration for WooCommerce

Étape 4 : Nous connectons Printful à la boutique WooCommerce à partir de l'extension dans WordPress.



Connexion de Printful à la boutique WooCommerce

Étape 5 : Nous ajoutons des produits.



Possibilité d'ajouter des produits à Affaires à Potter

Il nous suffit dès lors de cliquer "Ajouter un produit" et ensuite "Mes modèles de produits" pour ajouter à WooCommerce le produit que nous avons créé précédemment et le tour est joué !

Choisir des images de maquette

Paramètres avancés

Produit

Design

Maquettes

Détails

Prix

Choisir le style de maquette

Maquettes Hommes

Maquettes Femmes

Maquettes Couple

Maquettes Lifestyle pour hommes

Maquettes Femmes 2

Maquettes Lifestyle pour

Avant

White

True Royal

Kelly

Red

Yellow

Arrière

White

True Royal

Kelly

Red

Yellow

Retour

Passer aux détails

Ajouter des détails

Produit

Design

Maquettes

Détails

Prix

Image de la maquette principale

Choisir la langue de description

Français (FR)

Titre du produit

T-shirt Affaires à Potter

Description

- 100 % coton peigné et filé à l'anneau
- La couleur Ash contient 99 % de coton peigné et filé en anneau et 1 % de polyester
- Les couleurs chondées contiennent 52 % de coton peigné et filé à l'anneau et 48 % de polyester
- Les couleurs Athletic et Black Heather contiennent 90 % de coton peigné et filé en anneau et 10 % de polyester
- Les couleurs Heather Prism contiennent 99 % de coton peigné et filé en anneau et 1 % de polyester

Guide des tailles

Joindre le guide des tailles à la description du produit

Visibilité du produit

Retour

Passer à la tarification

Modifier les prix et la description

Produit

Design

Maquettes

Détails

Prix

Prix du produit

Définissez le revenu souhaité, et nous configurons le prix de vente pour vous, ou l'inverse, en fonction de vos besoins.

Note: Les taxes ne sont pas incluses.

Pour plus d'informations, consultez notre [guide de paiement et d'établissement des prix.](#)

Taille	Prix Printful	Revenu	Prix au détail
	\$18.64	Définir le revenu	\$26
XS	\$18.64	\$736	26.00
S	\$18.64	\$736	26.00

Retour

Soumettre à la boutique

Affaires à Potter

ACCUEIL

L'UNIVERS D'HARRY POTTER

À PROPOS

BLOG

SHOP

Q

Accueil / Accessoires / T-shirt Affaires à Potter

Categories

Harry Potter

Collection de produits

Uncategorized

Accessoires

Baguettes

Bijoux

Chapeau

Figurines

Lunettes

Pins

Papeterie

T-shirt Affaires à Potter

\$26.00

Couleur

Blanc

Taille

M

Size Guide

Chatter avec nous

1

Ajouter au panier

Ajout du produit dans le shop d'Affaires à Potter avec son design, ses maquettes, ses détails et son prix

HE^{VP}
IG

44

Vente directe

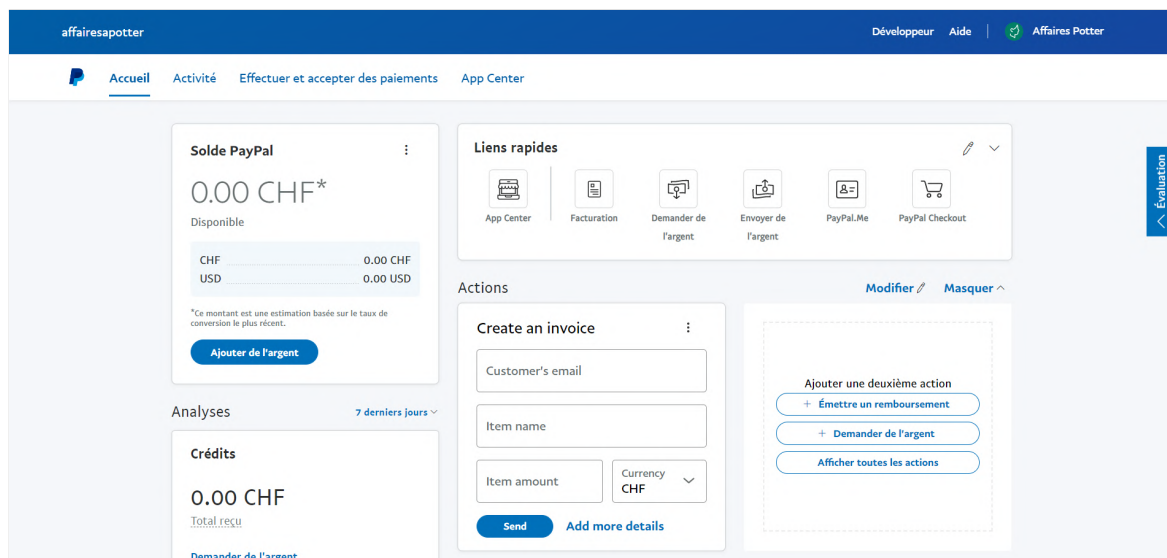
Pour la vente directe la première chose à faire est de mettre en place un [compte PayPal](#). Tout d'abord, nous devons choisir l'option "Ouvrir compte professionnel". Ensuite, il faut saisir des informations de base telles que le nom, prénom, numéro de téléphone et adresse.



The screenshot shows the PayPal account creation form. At the top is the PayPal logo and the heading "Décrivez votre société". Below this are several input fields: "Type de société" (set to "Entreprise individuelle"), "Mots-clés de produit ou service" (set to "Magasins de vêtements et accessoires divers"), "Site (facultatif)", "Pays ou région de création de la société (facultatif)" (set to "Suisse"), "Numéro d'enregistrement (facultatif)", and "Nom de relevé de carte bancaire" (set to "AFFPOTTER"). A blue "Continuer" button is at the bottom.

Création du compte PayPal

Après les réglages faits et toutes les données saisies, nous pouvons accéder au tableau de bord de PayPal comme l'indique l'image ci-dessous :



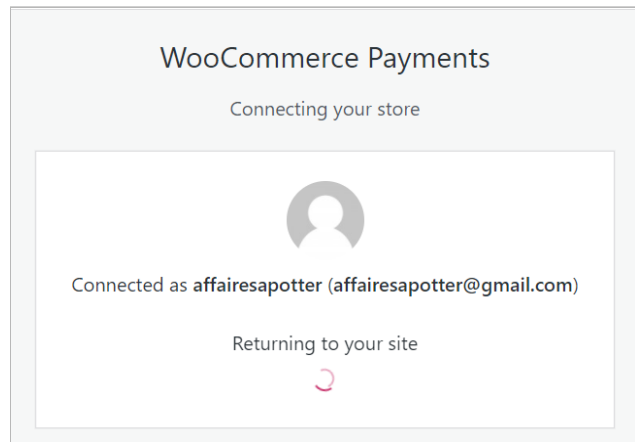
The screenshot shows the PayPal dashboard for "affairesapotter". The top navigation bar includes "Accueil", "Activité", "Effectuer et accepter des paiements", and "App Center". The main content area is divided into several sections: "Solde PayPal" showing 0.00 CHF, "Liens rapides" with icons for App Center, Facturation, Demander de l'argent, Envoyer de l'argent, PayPal.Me, and PayPal Checkout, "Actions" with a "Create an invoice" form, and "Analyses" showing 0.00 CHF in credits. A sidebar on the right contains an "Évaluation" button.

Tableau de bord PayPal

Grâce à une autre [marche à suivre](#), nous pouvons procéder à la liaison entre notre nouveau compte PayPal et notre catalogue des produits dans WooCommerce. Il suffit de télécharger l'extension WooCommerce PayPal Payments, de l'activer, de nous identifier et d'autoriser que PayPal se connecte à notre compte WooCommerce Developers.

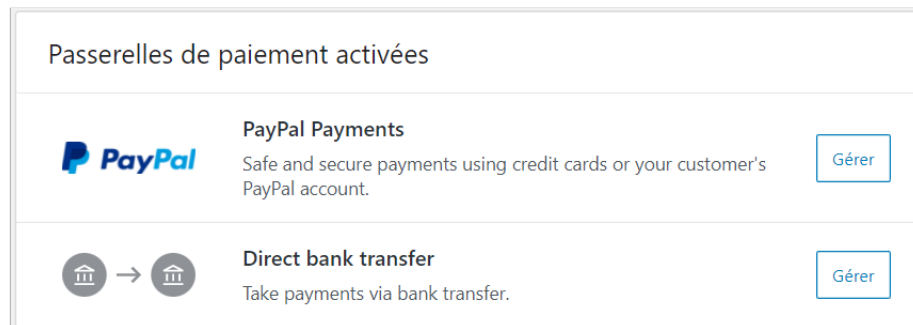


L'extension WooCommerce PayPal Payments



Connexion avec le compte PayPal dans WooCommerce

Le paiement par virement bancaire est également activé. Étant donné qu'Affaires à Potter demeure un projet fictif réalisé dans le cadre d'un cours, l'IBAN utilisé est fictif. Dans le tableau de bord de WordPress, la mise en place de moyens de paiements activés, PayPal et virement bancaire, est montrée.



Moyens de paiements activés dans WordPress

Logistique et définition des prix

Fournisseurs, emballages et coûts

Nous choisissons RajaPack comme fournisseur, car sa filiale suisse se trouve à Bâle (donc c'est "local"), car la plupart des emballages sont recyclables et/ou recyclés et car, en comparant les différentes offres des différents fournisseurs, le rapport quantité-prix nous semble le plus intéressant et abordable. En partant de cette base, nous pouvons estimer les besoins en emballages ainsi que les coûts pour chaque produit séparément. Nous séparons nos produits en trois catégories selon la taille et le poids de chaque objet à envoyer, qui ne dépasse pas 1 kg selon nos calculs :

Produits	Format (cm)	Quantité	Poids (g)	Emballage	Prix
Bijoux, lunettes, pin's, marque-pages, stylos, carnets, agendas, baguettes, lettres de Poudlard	A5 (15 x 21)	3 x 100	9	Pochettes matelassée blanches RAJA	57.45 CHF (HT)
Figurines, chapeaux, chaussettes, écharpes, bonnets	25 x 35	3 x 100	10.8	Pochettes opaques en plastique RAJA	83.25 CHF (HT)
T-shirts, pulls, robes de sorciers	21.5 x 15.5 x 11	300	~200	Caisses montage instantané avec fermeture instantanée RAJA	327.00 CHF (HT)
TOTAL	-	-	-	-	467.70 CHF (HT) 501.71 (TTC)

Nous avons commencé par choisir une quantité de 300 emballages pour la première catégorie, car cela revenait à être plus rentable que 100 ou 200 emballages, grâce à une réduction de RajaPack. Nous avons alors appliqué cette même quantité pour les deux autres catégories. Nous estimons qu'il s'agit de quantités raisonnables pour un lancement de business, car il est possible de garder ces emballages stockés au cas-où et de réagir rapidement en cas de pics de commandes. Cependant, ces chiffres sont indicatifs ; il est évidemment possible d'augmenter ou de diminuer les quantités.

Pour conclure, comme indiqué dans le tableau, le total de ces 900 emballages serait alors de 467.70 CHF hors taxes, soit 501.71 CHF toutes taxes comprises. À titre de comparaison, il suffirait de vendre 25 bonnets ou encore 9 pulls pour rentabiliser cet investissement.

Par ailleurs, si nous prenons en compte les commandes de plusieurs produits différents, il faudra alors choisir l'emballage du plus grand ou plus lourd produit pour envoyer tous ces produits ensemble, sans avoir recours à un nouvel emballage, plus grand et plus coûteux.

Coût de livraison par La Poste

Sur la base de nos produits, en tenant compte de leur poids et volume une fois emballés, nous estimons le coût de livraison par La Poste, grâce à un [calculateur de prix pour les clients standards](#).

Produits	Type d'envoi	Poids	Délai de livraison	Prix unitaire
Bijoux, lunettes, pin's, marque-pages, stylos, carnets, agendas, baguettes, lettres de Poudlard	Petit envoi (17.6 x 25 x 5 cm)	< 100 g <u>ou</u> < 250 g	2-3 jours ouvrables	2.40 CHF <u>ou</u> 2.65 CHF
Figurines, chapeaux, chaussettes, écharpes, bonnets	Colis (100 x 60 x 60 cm)	< 2 kg	2 jours ouvrables	7.00 CHF
T-shirts, pulls, robes de sorciers	Colis (100 x 60 x 60 cm)	< 2 kg	2 jours ouvrables	7.00 CHF

Nous constatons que les prix sont raisonnables pour un colis. Nous avons à chaque fois choisi un délai de livraison entre 2 et 3 jours, car nous estimons qu'il s'agit d'un délai raisonnable, pas trop tardif. Sinon, il y a également la possibilité de choisir le délai pour le lendemain, mais cela ajoute entre 20 centimes et 2 CHF en plus sur le total.

4. Un de nos contacts nous demande s'il serait possible de livrer le jour-même, par exemple entre 17h et 20h. Serait-ce rentable ?

Non, car si l'on reprend n'importe quelle catégorie du tableau ci-dessus, on passe à chaque fois des prix affichés à 64 CHF de livraison pour le jour-même, que ce soit entre 14h et 17h ou entre 16h30 et 21h. Il s'agit d'une livraison très coûteuse mais aussi très contraignante, car il faut déposer le colis à 10h ou à 12h dernier délai, selon les filiales. Si notre contact est réellement déterminé à recevoir ce colis le soir-même, il faudra qu'il assume le coût de l'envoi également.

Définition des prix

5. Par rapport aux prix d'achats de nos produits, comment définissons-nous nos prix (avec le taux de marge, la gestion des frais logistiques et la gestion des taxes) ?

Nous commençons par définir le prix d'achat de chaque produit selon le prix* de chaque même produit proposé sur le site de la Fnac, de Manor, d'Amazon et de Galaxus**.

* À noter que ce prix n'est pas exact et peut faire l'objet d'une variation.

** À noter également que nous ne prenons pas en considération le T-Shirt personnalisé avec PrintFul.

Nous reprenons le prix des 300 emballages déterminé dans la partie [Fournisseurs](#) et le divisons par 300 pour obtenir le prix d'un emballage à l'unité pour les trois catégories de produit. Ainsi, pour la catégorie 1 nous avons un prix de 0,20 CHF / produit, pour la catégorie 2 un prix de 0,30 CHF / produit et pour la catégorie 3 un prix de 1,09 CHF / produit.

Puis, nous reprenons les frais de ports déterminés dans la partie [Livraison](#). Ainsi, pour la catégorie 1, nous obtenons un prix de 2,40 CHF (pour les produits jusqu'à 100 g) ou de 2,65 CHF (pour les produits jusqu'à 250 g) et pour la catégorie 2 et 3, un prix de 7 CHF.

Nous obtenons alors un prix de vente hors taxes égal aux dépenses totales obtenues avec le prix d'achat, le prix d'emballage et les frais de port. Nous aurions pu décider d'augmenter le prix de vente de X% (par exemple 10%) par rapport au prix d'achat, hors frais, mais nous avons décidé de voir ce que cela donne sans faire cela, donc avec le strict minimum de bénéfices possibles.

- Par exemple, pour les boucles d'oreilles, nous avons un prix d'achat de 18 CHF + un prix d'emballage de 0,20 CHF + des frais de port de 2,40 CHF qui donnent le prix de vente hors taxes de 20,60 CHF.

À partir de ce moment, nous suivons une [marche à suivre](#) qui explique comment calculer le prix de vente TTC et le taux de marge. Étant donné que nous ne sommes pas une très grande entreprise avec un grand chiffre d'affaires soumise à la TVA de 7,7%, nous utilisons une TVA réduite de 2,5%, qui s'applique aux "produits du quotidien"⁵. Nous utilisons alors la formule suivante : **Prix de vente HT / 1,025**.

- Par exemple, pour les boucles d'oreilles, nous avons un prix de vente HT de 20,60 CHF / 1,025 qui donne le prix de vente TTC de 20,098 CHF.

Avec le prix de vente obtenu ci-dessus, nous pouvons calculer la marge (et donc le bénéfice obtenu) et le taux de marge. La marge bénéficiaire se calcule selon la formule suivante : **Prix de vente TTC - Prix d'achat**.

- Par exemple, pour les boucles d'oreilles, nous avons un prix de vente TTC de 20,098 CHF - un prix d'achat de 18 CHF qui donnent une marge bénéficiaire de 2,098 CHF.

Le taux de marge se calcule, lui, selon la formule suivante : **Marge bénéficiaire / Prix de vente TTC**.

- Par exemple, pour les boucles d'oreilles, nous avons une marge bénéficiaire de 2,098 CHF / un prix de vente TTC de 20,098 CHF qui donnent un taux de marge de 10,44%.

En prenant une [autre marche à suivre](#), nous effectuons un calcul à l'envers, depuis le taux de marge trouvé, pour observer si le prix de vente correspond à peu près à celui calculé au début, en utilisant la formule : **Prix de vente = Prix d'achat * (1 + taux de marge)**.

- Par exemple, pour les boucles d'oreilles, nous avons un prix d'achat de 18,00 CHF * (1 + le taux de marge de 10,44%) qui donnent un prix de vente HT de 19,88 CHF, qui représente

⁵ Source : <https://wise.com/fr/vat/tva/suisse>

une différence d'approximativement 1 CHF par rapport au prix de vente HT de 20,60 CHF imaginé.

Nous écrivons alors les résultats de tous les calculs effectués pour chaque produit dans un tableau et inscrivons le prix de vente toutes taxes comprises de tous ces produits dans notre site Affaires à Potter. Voici donc le tableau de tous les calculs effectués pour chaque produit :

Produit	Prix d'achat du produit	Prix emballage	Frais de port	Prix de vente HT	Prix de vente TTC	Marge / Bénéfices	Taux de marge
Boucles d'oreilles	CHF 18,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 20,60	CHF 20,098	CHF 2,098	10,44%
Collier Retourneur	CHF 65,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 67,60	CHF 65,951	CHF 0,951	1,44%
Collier Vif d'Or	CHF 32,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 34,60	CHF 33,756	CHF 1,756	5,20%
Lunettes	CHF 5,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 7,60	CHF 7,415	CHF 2,415	32,57%
Pin's	CHF 40,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 42,60	CHF 41,561	CHF 1,561	3,76%
Marque-pages	CHF 5,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 7,60	CHF 7,415	CHF 2,415	32,57%
Stylos	CHF 5,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 7,60	CHF 7,415	CHF 2,415	32,57%
Stylo balai	CHF 20,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 22,60	CHF 22,049	CHF 2,049	9,29%
Carnets	CHF 24,00	CHF 0,20	CHF 2,65	CHF 26,85	CHF 26,195	CHF 2,195	8,38%
Carnet Poudlard	CHF 15,00	CHF 0,20	CHF 2,65	CHF 17,85	CHF 17,415	CHF 2,415	13,87%
Agendas	CHF 12,00	CHF 0,20	CHF 2,65	CHF 14,85	CHF 14,488	CHF 2,488	17,17%
Baguettes	CHF 22,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 24,60	CHF 24,000	CHF 2,000	8,33%
Lettres de Poudlard	CHF 5,00	CHF 0,20	CHF 2,40	CHF 7,60	CHF 7,415	CHF 2,415	32,57%
Figurines	CHF 19,00	CHF 0,30	CHF 7,00	CHF 26,30	CHF 25,659	CHF 6,659	25,95%
Chapeaux	CHF 55,00	CHF 0,30	CHF 7,00	CHF 62,30	CHF 60,780	CHF 5,780	9,51%
Chaussettes	CHF 30,00	CHF 0,30	CHF 7,00	CHF 37,30	CHF 36,390	CHF 6,390	17,56%
Écharpes	CHF 25,00	CHF 0,30	CHF 7,00	CHF 32,30	CHF 31,512	CHF 6,512	20,67%
Bonnets	CHF 20,00	CHF 0,30	CHF 7,00	CHF 27,30	CHF 26,634	CHF 6,634	24,91%
T-shirts	CHF 25,00	CHF 1,09	CHF 7,00	CHF 33,09	CHF 32,283	CHF 7,283	22,56%
Pulls	CHF 55,00	CHF 1,09	CHF 7,00	CHF 63,09	CHF 61,551	CHF 6,551	10,64%
Robes de sorcières	CHF 60,00	CHF 1,09	CHF 7,00	CHF 68,09	CHF 66,429	CHF 6,429	9,68%
				Prix HT / 1,025 (TVA 2,5%)		Taux = Marge / Prix TTC	
				Marge = Vente TTC - coût d'achat			

Définition des prix de ventes et du taux de marge pour chaque produit.

En conclusion, nous pouvons affirmer que nos calculs sont très approximatifs, pas forcément justes et que nous avons éprouvé beaucoup de difficultés à comprendre comment définir le prix de vente et calculer le taux de marge, de savoir dans quel sens aller, par quoi commencer pour obtenir quoi... Cela donne alors une vision globale du mécanisme derrière la définition du prix.

Moyens de paiement

Virement bancaire et PayPal

Comme détaillé plus tôt dans la partie liée à la [vente directe](#), nous avons réussi à bien installer les moyens de paiements requis. Ces derniers sont visibles aussi dans notre site web lorsque nous cliquons sur le panier d'achat et cherchons à payer les produits voulus.

PayPal dans le panier d'achat

Passons maintenant aux frais de transaction commerciale PayPal. Pour comprendre au mieux les frais cachés liés à PayPal, nous nous aidons d'explications données sur le [site de PayPal](#). Voici donc une suite de tableaux qui ont pour but de clarifier les idées :

Type de transaction	Frais
Transactions commerciales	3,4 % + commission fixe
Transactions par code QR – au moins 10,01 CHF	1,2 % + commission fixe
Transactions par code QR - maximum 10 CHF	1,7 % + commission fixe

Frais standard pour la réception de transactions nationales

Chaque pays a des frais fixes (commission) de valeurs différentes. Afin de compléter cette partie nous nous concentrons que sur les paiements effectués en Suisse :

Type de transaction	Frais
Transactions commerciales	0,55 CHF
Transactions par code QR – au moins 10,01 CHF	0,10 CHF
Transactions par code QR - maximum 10 CHF	0,05 CHF

Paiements effectués en Suisse

Autre solution de paiement

L'équipe d'Affaires à Potter est toujours à la recherche du meilleur. Étant donné que nous avons toujours un regard orienté vers le futur, nous pensons que la méthode de paiement Twint pourrait typiquement nous aider à simplifier la vie des clients lors d'un achat en ligne depuis notre site web, surtout puisque beaucoup de (jeunes) clients ne possèdent pas de cartes de crédit et qu'il s'agit d'une solution adaptée pour les possesseurs de cartes de débit. Comme PayPal, les frais dépendent du type de paiement que le client veut faire (code QR et transaction commerciale).

Pour intégrer la méthode de paiement Twint dans notre site web il est possible d'utiliser un plugin sur licence appelé [Twint for WooCommerce](#), qui permet de gérer et automatiser les paiements avec l'application. Cette licence coûte 100 CHF par année, comme un abonnement et aussi il faut avoir un compte Twint pour pouvoir l'utiliser.



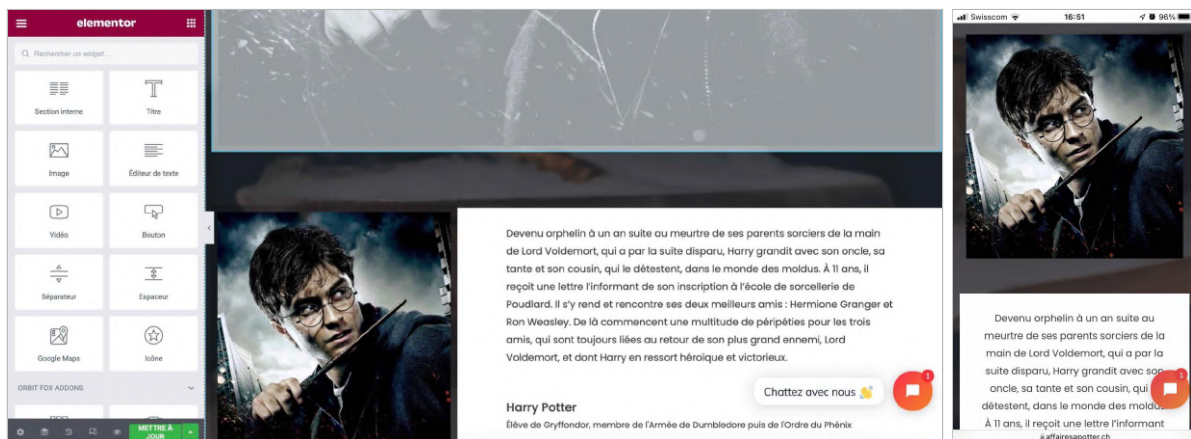
L'extension Twint for WooCommerce

La question de l'UX

6. Comment intégrons-nous l'expérience utilisateur dans la mise en place de notre projet ? Avons-nous rencontré des défis particuliers ? Si nous devions transformer ce site en un "vrai" site e-commerce, quelles améliorations de l'expérience utilisateur souhaiterions-nous apporter ?

Nous avons fait attention à optimiser l'expérience utilisateur dès la création du contenu sur le site. Déjà là, nous nous sommes basés sur plusieurs templates de sections d'Elementor, qui étaient conçus pour être *responsive*, souvent avec des effets de mouvement, les rendant ainsi très maniables et focalisés sur l'expérience utilisateur. Cela n'a alors pas été très difficile de poursuivre sur cette lancée.

Les seules fois où l'on a dû intervenir pour uniformiser le contenu sur ordinateur, tablette et téléphone étaient principalement avec le texte, afin qu'il soit lisible et qui ne sorte pas du cadre partout, mais aussi et surtout avec les images des pages d'accueil, des "Livres et Films" et des "Personnages principaux". En effet, ces dernières apparaissaient généralement à gauche de l'écran sur l'ordinateur et n'apparaissaient simplement pas sur téléphone et tablette. Elementor s'est montré très simple d'utilisation, puisqu'il a simplement fallu changer le format du terminal entre les trois (ordinateur, tablette, téléphone) et effectuer les modifications spécifiques à ce terminal. Ainsi, nous avons spécialement ajouté une image en plein écran, invisible sur l'ordinateur, pour la faire apparaître sur la tablette et sur le téléphone.



Apparition de l'image à gauche sur l'ordinateur (à gauche) et dissimulation de l'image juste en-dessus (en gris) pour la faire apparaître uniquement sur le téléphone et la tablette (à droite).

Globalement, nous avons visualisé tout le contenu de notre site web sur ordinateur et sur téléphone afin de s'assurer que le contenu était *mobile-friendly*, *responsive*, lisible et toujours dynamique. Cela nous a prévalu la note de A+ en *Usability* selon une première analyse avec l'outil SEOptimer, effectuée avant le développement des réseaux sociaux. Les analyses SEOptimer sont à retrouver juste avant la conclusion.

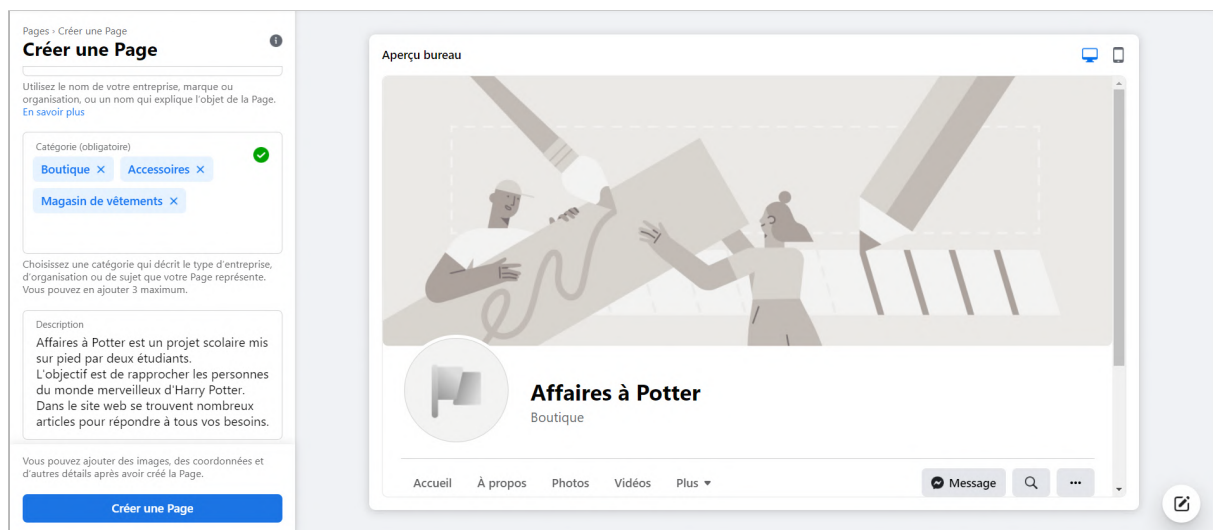
Enfin, l'expérience utilisateur a été tellement bonne et facile à gérer et a donné un résultat tellement concluant et pratique en termes d'utilisation que nous ne voyons pas comment nous pourrions encore plus l'améliorer actuellement si nous venions à créer un vrai site e-commerce.

Réseaux sociaux

Facebook

Création de page

En ce qui concerne les réseaux sociaux, nous commençons par créer une page business sur Facebook, car cela nous permettra de lier ce compte avec le compte de la plateforme Instagram, que nous mettrons en place après. Voici donc le lien de notre page Facebook entièrement dédiée au projet Affaires à Potter : <https://www.facebook.com/affairesapotter>.



Création de la page Facebook

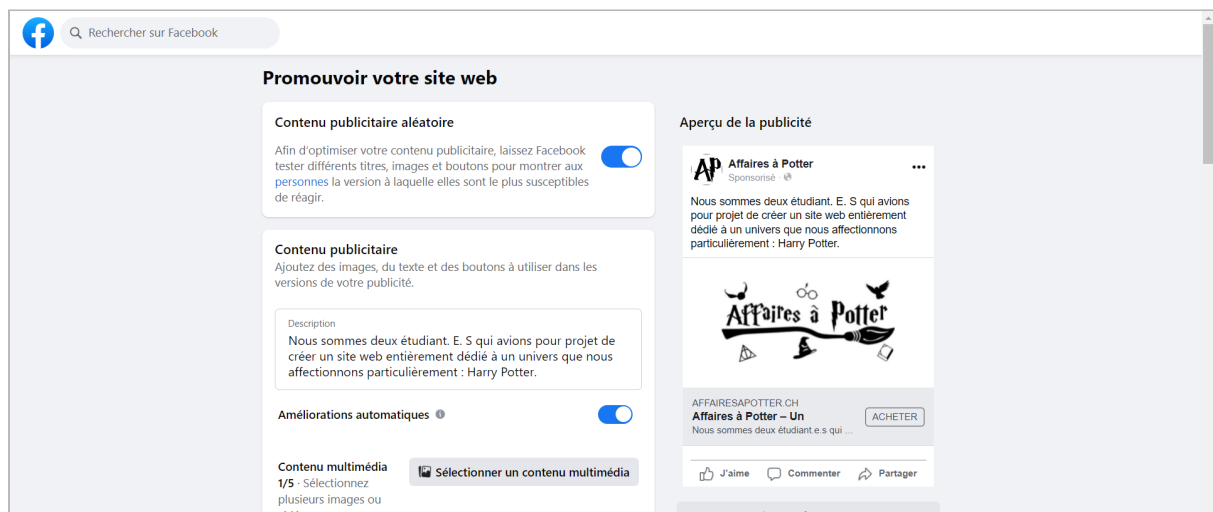
Nous ajoutons un nom d'utilisateur, une image de profil, une image de couverture, une petite description de notre projet et aussi un lien direct qui pointe vers notre site web. Il est aussi indispensable de fournir une catégorie d'appartenance. Dans ce sens, nous choisissons les catégories "Boutique, Accessoires et Magasin de vêtements", car elles nous semblent les plus pertinentes.



Page Facebook créée

Stratégie de communication

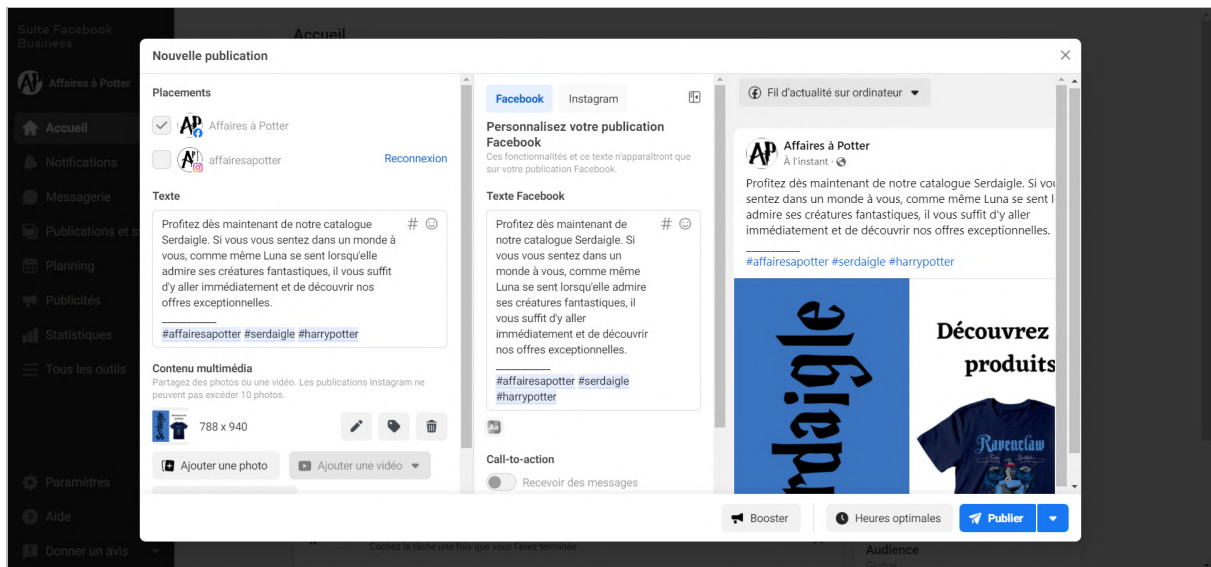
Notre stratégie de communication sur Facebook est orientée vers une cible générale, qui pourrait intégrer tout un chacun. Tout d'abord, nous choisissons un format pour la photo de couverture qui rappelle tout de suite certains éléments iconiques de l'histoire d'Harry Potter. Dans ce sens, Facebook nous aide à reprendre des moments que tout le monde aurait voulu vivre.



Stratégie de communication sur Facebook

Promotion de produit

Pour Facebook, nous choisissons de proposer une publication très axée sur le côté e-commerce. Comme on peut le voir sur les images qui suivent, le but est de s'adresser aux personnes qui s'identifient dans un personnage de la saga, typiquement Luna Lovegood, qui fait partie de la maison Serdaigle.



Création d'une publication Facebook



Modèle de promotion d'un produit sur une publication Facebook

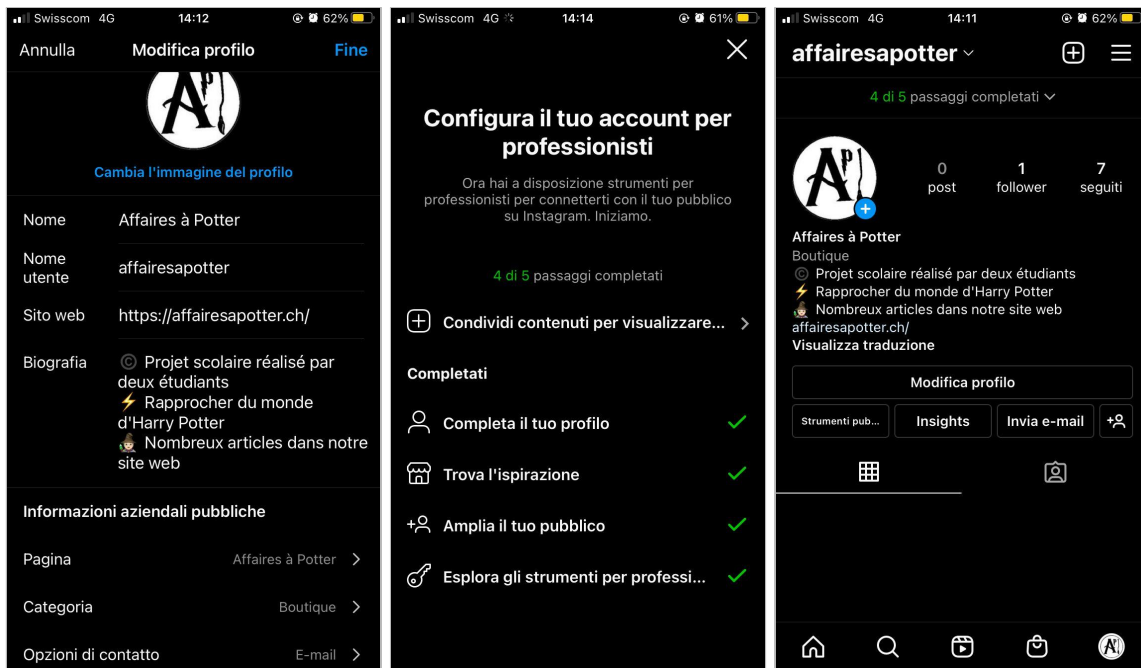
Ceci représente un format de publication ciblé dans le monde d'Harry Potter. On trouve que ceci pourrait donner envie aux personnes qui s'identifient comme serdaigle d'aller checker le site web et aussi aux autres indirectement pour découvrir s'il y a des autres produits présents.

Instagram

Création de page

Grâce à la page Business de Facebook, il est possible pour nous de créer rapidement une page Business sur Instagram. Pour ce faire, nous lisons une [marche à suivre](#) disponible sur le site web de Facebook, ce qui nous a fait gagner pas mal de temps. Voici donc le lien de notre page Instagram entièrement dédiée au projet Affaires à Potter : <https://www.instagram.com/affairesapoter/>.

Les trois captures d'écran suivantes dévoilent tout d'abord les différentes informations que nous saisissons afin que notre nouveau compte soit visuellement joli, puis les cinq principales étapes nécessaires afin de démarrer notre projet sur ce réseau social, et enfin la mise en place de toutes ces informations sur notre profil Instagram créé.



Création de la page Instagram

Stratégie de communication

En ce qui concerne la stratégie de communication pour Instagram, nous établissons que ce réseau social sera le plus dédié aux interactions avec le public. Notre but est principalement d'utiliser chaque réseau social indépendamment afin de ne jamais se répéter. Pour cette raison, nous décidons de reposter certains TikTok que nous avons créés sur cette plateforme – dont nous décrivons la création plus bas – sous la forme de *reels* ou de *stories* conceptualisées, afin de faire interagir le public.

Promotion de produit



Modèle de promotion d'un produit sur une story Instagram

La promotion du produit est sur Instagram aussi visible que comme sur Facebook. Comme mentionné auparavant, l'objectif principal de notre présence sur Instagram est de toucher un public plus ciblé, principalement des jeunes, et d'interagir avec eux. En effet, Instagram demeure typiquement une plateforme qui permet de construire une communauté autour d'un intérêt commun, dans notre cas, autour du monde d'Harry Potter mais surtout autour d'Affaires à Potter.

C'est la raison pour laquelle nous choisissons comme exemple cette story publiée il y a quelques jours, dans laquelle nous leur posons une question orientée sur certains produits que l'on propose sur notre site et les invitons à voter pour indiquer s'ils ont déjà visité notre catalogue. Cela ajoute une dimension ludique, qui peut provoquer une certaine réflexion chez nos abonnés, du style : "Si je ne l'ai pas fait jusqu'à présent, je devrais aller le plus tôt possible pour découvrir les produits qu'ils proposent".

Twitter

Création de page

Passons maintenant à Twitter. La création de la page est relativement simple : il faut saisir un nom, charger une image de profil et une image de couverture, rédiger une description, indiquer le lien de notre site web et le jeu était fait. Pour passer ensuite à la modalité Business, nous devons simplement cliquer sur un bouton en plus. Voici donc le lien de notre page Twitter complètement dédiée au projet Affaires à Potter : <https://twitter.com/affairesapotter>.



Création du compte Twitter

Une fois les réglages de base terminés, voici à quoi la page principale de notre compte Twitter ressemble :



Compte Twitter créé

Stratégie de communication

En ce qui concerne le projet Affaires à Potter, nous trouvons difficile de pouvoir bien l'intégrer à un réseau social tel que Twitter, car ce dernier est un emplacement qui est souvent utilisé pour argumenter et critiquer autrui, notamment de la part d'adultes politiques, ce qui ne correspond pas au monde et au message que nous souhaitons faire passer. Le fait d'associer inconsciemment Twitter à ces échanges nous amène à penser une stratégie pour ces utilisateurs spécifiquement, des adultes qui sont jeunes dans l'âme et qui gardent Harry Potter dans le cœur. Pour cette raison, la promotion de notre produit est ici légèrement différente de celle des autres réseaux sociaux.

Promotion de produit

En pensant aux adultes qui ont toujours suivi les aventures d'Harry Potter, nous proposons une publication qui amène directement sur notre site web. Le but est donc d'attirer des possibles clients sur notre site web pour faire le test des maisons de sorciers que nous avons créé et ensuite garder ces personnes sur le site web avec des *call to action*, en leur proposant d'acheter des accessoires ou des objets en lien avec leur maison.



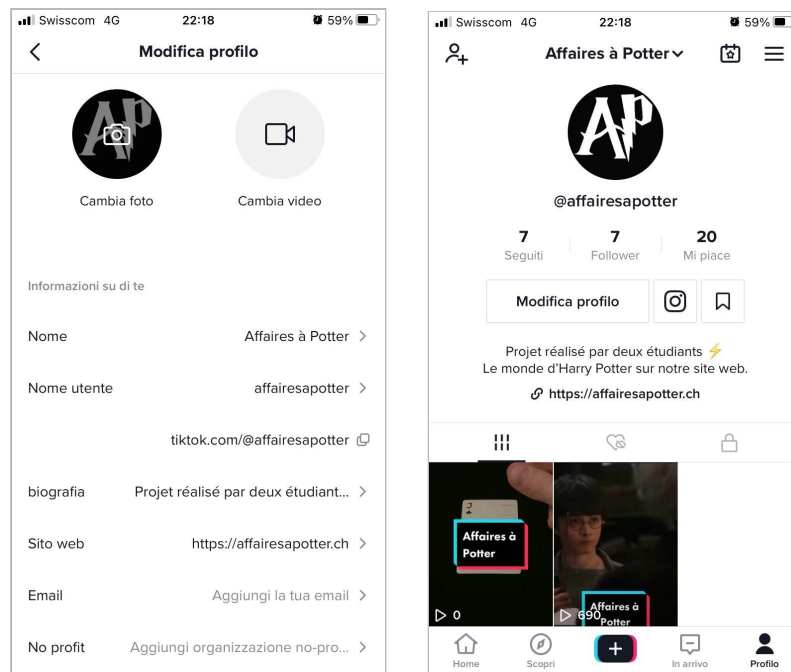
Modèle de promotion d'un produit sur une publication Twitter

TikTok

Création de page

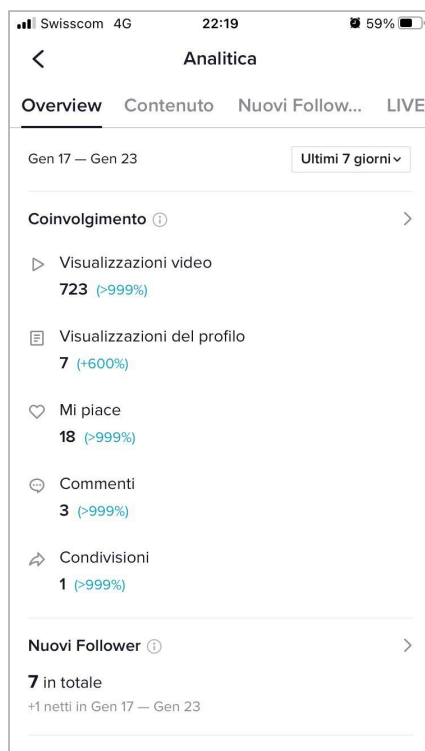
Pour compléter la phase des réseaux sociaux, nous pensons à une quatrième plateforme pour promouvoir les produits de notre site web. Après avoir évalué plusieurs possibilités, nous constatons que la meilleure décision est de partir sur un réseau social qui comprend principalement les plus jeunes et les jeunes adultes (afin de suivre le modèle de notre [persona](#)). C'est pourquoi nous partons sur TikTok.

Créer un compte TikTok requiert un peu de patience, puisque l'on doit passer par plusieurs étapes de contrôle via des codes envoyés par message de l'application avant d'enfin pouvoir accéder à l'application. Une fois cette étape passée, il y a seulement besoin d'intégrer quelques informations sur Affaires à Potter dans le profil, exactement comme sur les autres plateformes. Voici donc le lien de notre page TikTok complètement dédiée au projet Affaires à Potter : <https://www.tiktok.com/@affairespotter>.



Création du compte TikTok

Stratégie de communication



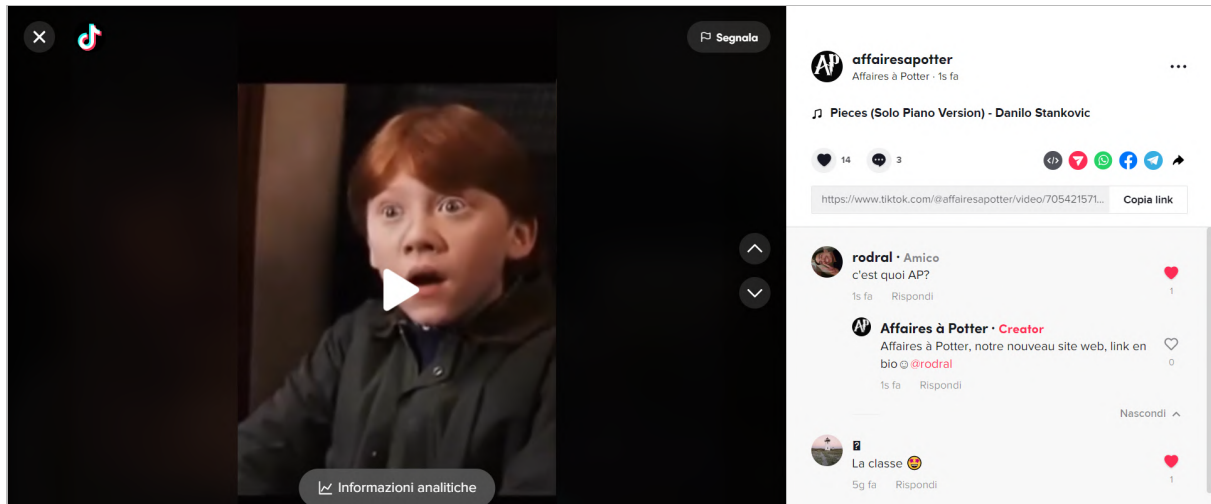
Données analytiques d'une publication TikTok

La stratégie de communication sur TikTok est très visuelle, puisque TikTok regorge de contenus audiovisuels, avec des musiques, des challenges, des *voix-off*, etc., le tout sur des vidéos plutôt que sur des images figées. Il est, de ce fait, nécessaire de créer des contenus qui attirent l'attention des jeunes dans leur fil d'actualité, en reprenant certains de ces codes très populaires. Ainsi, notre stratégie est de proposer des vidéos courtes avec de la musique, qui reprennent parfois certaines scènes iconiques des films.

Ci-contre, pour donner un ordre d'idée de l'impact de ce réseau social, voici les données analytiques sur une vidéo qui promeut les baguettes magiques sur notre site web, le tout sur la période d'une semaine. Un *boom* de visualisations en l'espace des premiers jours démontrent la facilité de toucher un grand public et de les fidéliser par la suite. Notre but est de convertir un maximum de ces visualisations en taux de clic sur notre site web.

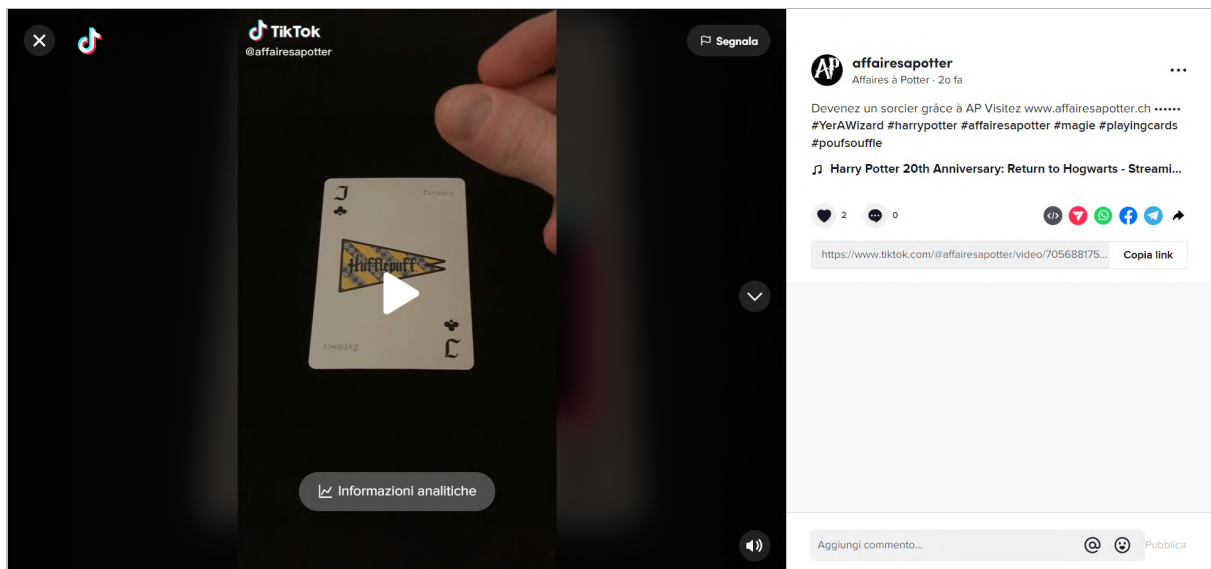
Promotion de produit

Pour terminer la partie de réalisation, voici deux copies d'écran qui montrent des parties des vidéos que nous créons pour la plateforme TikTok. La première vient de la vidéo dans laquelle nous effectuons un collage avec des scènes des films d'Harry Potter et des courtes phrases rédigées par nos soins, avec comme but final de donner envie au spectateur de venir visiter le site web d'Affaires à Potter ou – encore mieux – d'acheter une baguette magique chez nous.



Modèle de promotion d'un produit sur une publication TikTok

La seconde vidéo est conceptuellement différente, car elle dure beaucoup moins longtemps que l'autre et est conçue pour attirer le regard grâce à la magie. Il y a une carte qui compare, qui change et qui disparaît en laissant à la place le logo d'Affaires à Potter.



Modèle de promotion d'un produit sur une publication TikTok

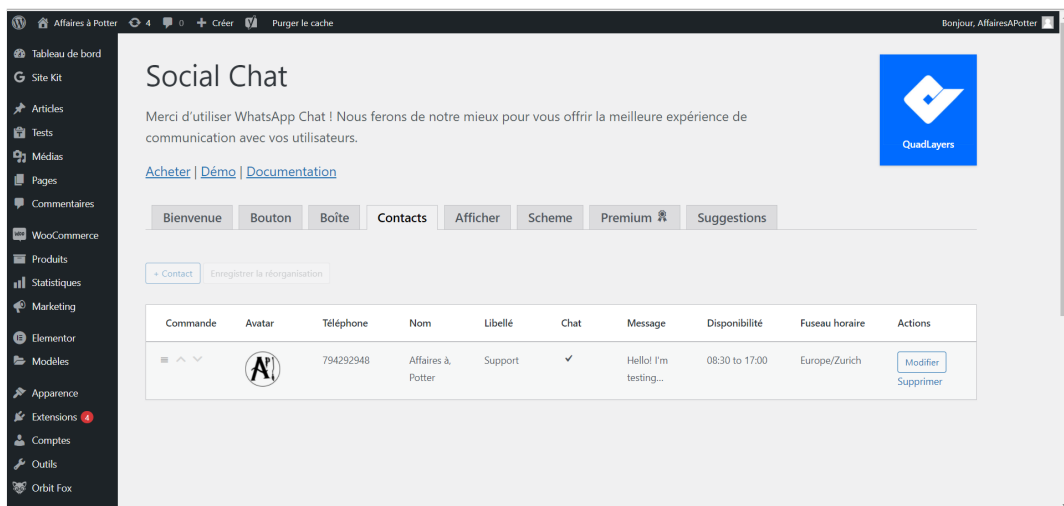
La question de WhatsApp

7. Un-e ami-e vous recommande d'utiliser Whatsapp pour votre service client. Comment proposer cette fonctionnalité sur votre site ? Une piste pourrait être le plug-in Social Chat, mais est-il adapté ?

Nous installons l'extension Social Chat pour tester cette piste et configurons un Chat WhatsApp à intégrer dans notre site.



L'extension Social Chat



Configuration du Chat WhatsApp dans l'extension Social Chat

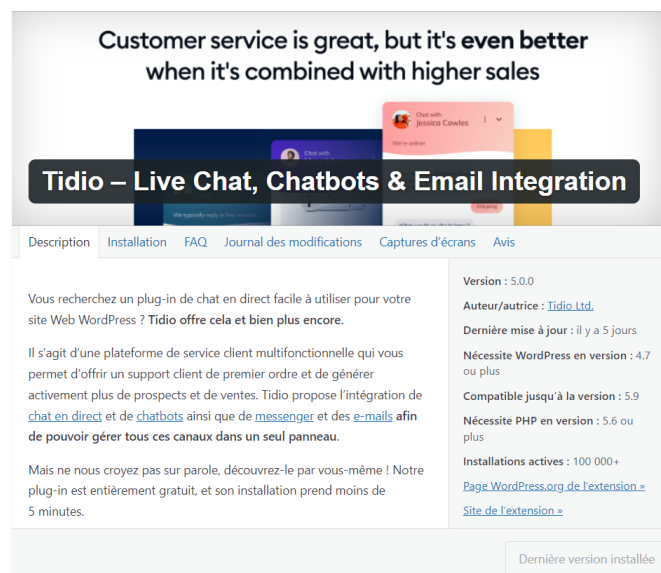


Aperçu de la fenêtre WhatsApp sur notre site Affaires à Potter

Cependant, nous découvrons rapidement que cette extension n'est pas forcément une bonne solution, et ce pour plusieurs raisons :

1. L'utilisation de l'extension ne permet pas de rester dans le site web, car elle renvoie au site web de WhatsApp. Nous trouvons que cette approche n'est pas la plus idéale pour nous.
2. Une personne qui ne dispose pas de WhatsApp pour une raison ou pour une autre (notamment avec, en cause, le partage des données avec Facebook mis en cause en 2021, qui a fait fuir beaucoup d'utilisateurs vers des applications de messagerie de type Telegram) sera obligée de télécharger cette application afin de pouvoir nous contacter.

À cause de ces deux raisons principales, nous trouvons que l'extension Social Chat n'est pas adaptée à nos besoins. Nous procédons donc à sa désactivation et trouvons une alternative qui correspond à nos besoins : Tidio.



L'extension Tidio

Une fois l'extension téléchargée et activée, nous commençons à l'exploiter tout de suite, en créant un compte avec notre adresse e-mail : affairesapotter@gmail.com. Puis, il y a trois étapes de configuration. La première étape concerne le nom choisi, notre avatar, les couleurs et la langue de préférence.

TIDIO Passaggio 1 / 3

Configura la tua live chat

Il tuo nome
affairesapotter

Schema di colori e avatar

Seleziona la lingua della chat
French (français, langue française)

Continua

Discuter avec affairesapotter

Nous répondons immédiatement

Laissez-moi vérifier ça très vite ! On vient de recevoir une grosse livraison ce matin. Tous les produits seront de retour en stock demain mais je peux vous en envoyer une paire aujourd'hui ! 🙌

C'est génial ! 😊

Merci beaucoup !

Envoyez votre message...

Première étape de configuration

La deuxième étape concerne plutôt la personnalisation de notre expérience avec l'extension. Nous indiquons alors qu'est-ce que nous souhaitons que Tidio fasse pour nous et donnons également des informations de base concernant Affaires à Potter.

TIDIO Étape 2 / 3

Dites-nous-en plus pour que nous puissions personnaliser votre expérience

Adresse du site Web
https://affairesapotter.ch

Quelle est la taille de votre entreprise ?
2-3

Pays
Switzerland

Quel est votre secteur d'activité ?
Boutique en ligne

Combien de clients avez-vous eu le mois dernier ?
0 - je débute

Que voulez-vous faire avec Tidio ?

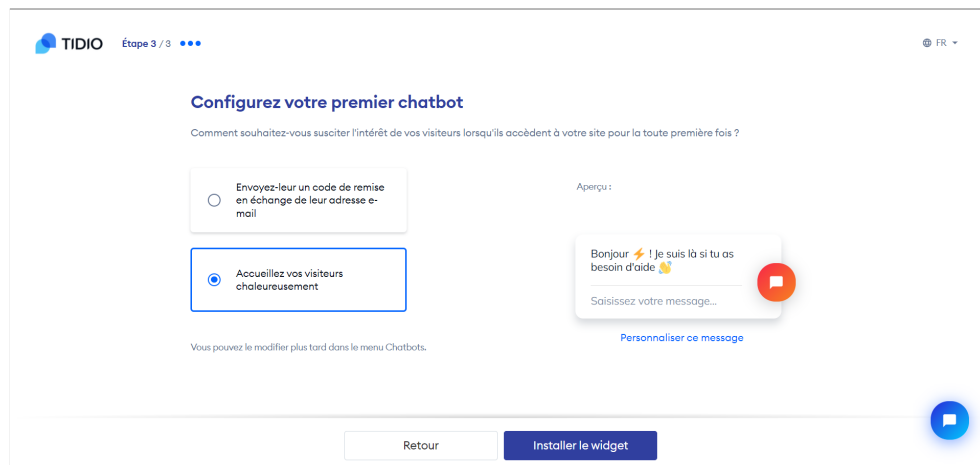
- ☒ Je veux disposer d'un outil de service client
- ☐ Je veux augmenter les ventes
- ☐ Je veux automatiser les conversations
- ☐ Je veux générer des prospects
- ☒ Je veux un chat en direct

Vous configurez Tidio pour un client ?
☐ Oui, je suis un travailleur indépendant ou une agence

Retour Continua

Deuxième étape de configuration

La troisième étape consiste en la personnalisation et la mise en place de notre premier *chatbot*.



Troisième étape de configuration

Une fois ces étapes terminées, nous pouvons poursuivre avec des réglages plus minutieux à partir d'une simulation de la première conversation, en passant par la configuration de l'adresse gmail afin de recevoir les différents messages des clients. Une fois que tout a été mis en place, un tableau de bord nous est présenté pour donner une vision générale des statistiques.



Tableau de bord de Tidio



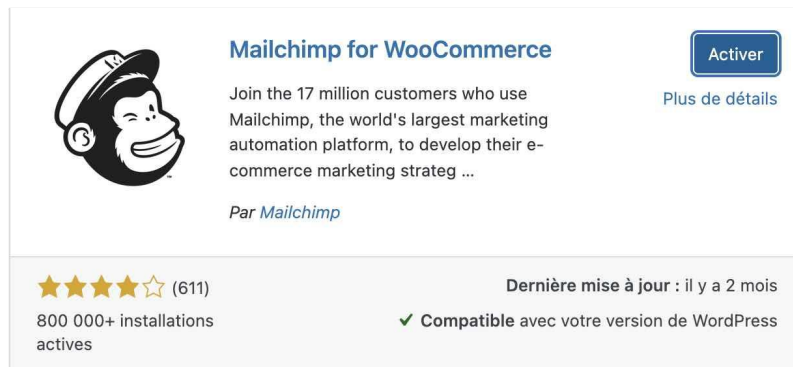
Aperçu de la fenêtre Tidio sur notre site Affaires à Potter

En conclusion, nous recommandons d'utiliser l'extension Tidio plutôt que Social Chat pour se connecter avec nos utilisateurs, car Social Chat est trop exclusif et ne permet pas de toucher tout le monde. Cependant, il est à relever que Tidio est essentiellement une extension payante qui n'offre qu'une semaine de période d'essai avant de faire payer ses services.

E-Mailing

Configuration de MailChimp

Nous commençons par créer un compte MailChimp pour Affaires à Potter. Puis, nous installons l'extension MailChimp for WooCommerce et nous le lions à notre compte MailChimp en nous connectant avec.



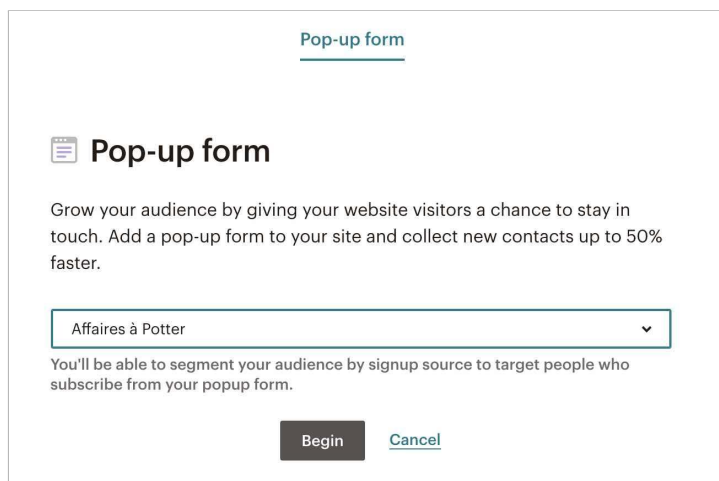
L'extension MailChimp for WooCommerce

Connexion de notre profil MailChimp sur l'extension MailChimp for Woocommerce

Pop-up

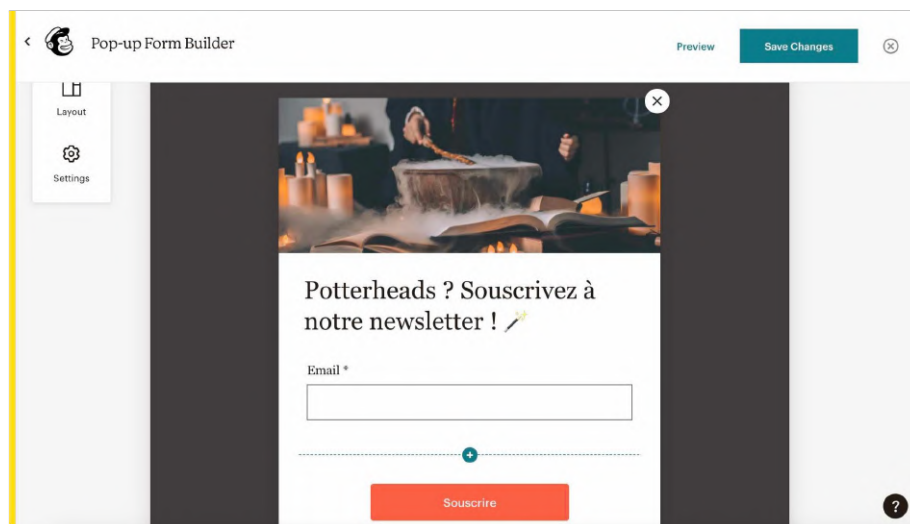
Nous créons ensuite un pop-up lié à Affaires à Potter depuis notre profil MailChimp, en lisant la [marche à suivre](#) fournie par la plateforme. Pour créer cela, nous allons dans “Integration”, “Manage”, “WooCommerce”, “Manage your Sites” et nous choisissons la première proposition qui nous est proposée : “Pop-up Form”. Le processus de construction est assez simple et intuitif.

Il est à relever que nous ne mentionnons pas le fait que les futurs abonnés pourront bénéficier d’un rabais de 10% sur leur achat (voir [étape suivante](#)), car nous estimons que c’est mieux qu’un utilisateur réellement intéressé d’avoir de nos nouvelles soit agréablement surpris de cette offre plutôt qu’un utilisateur sans intérêt s’abonne juste pour profiter de l’offre et se désabonne par la suite.

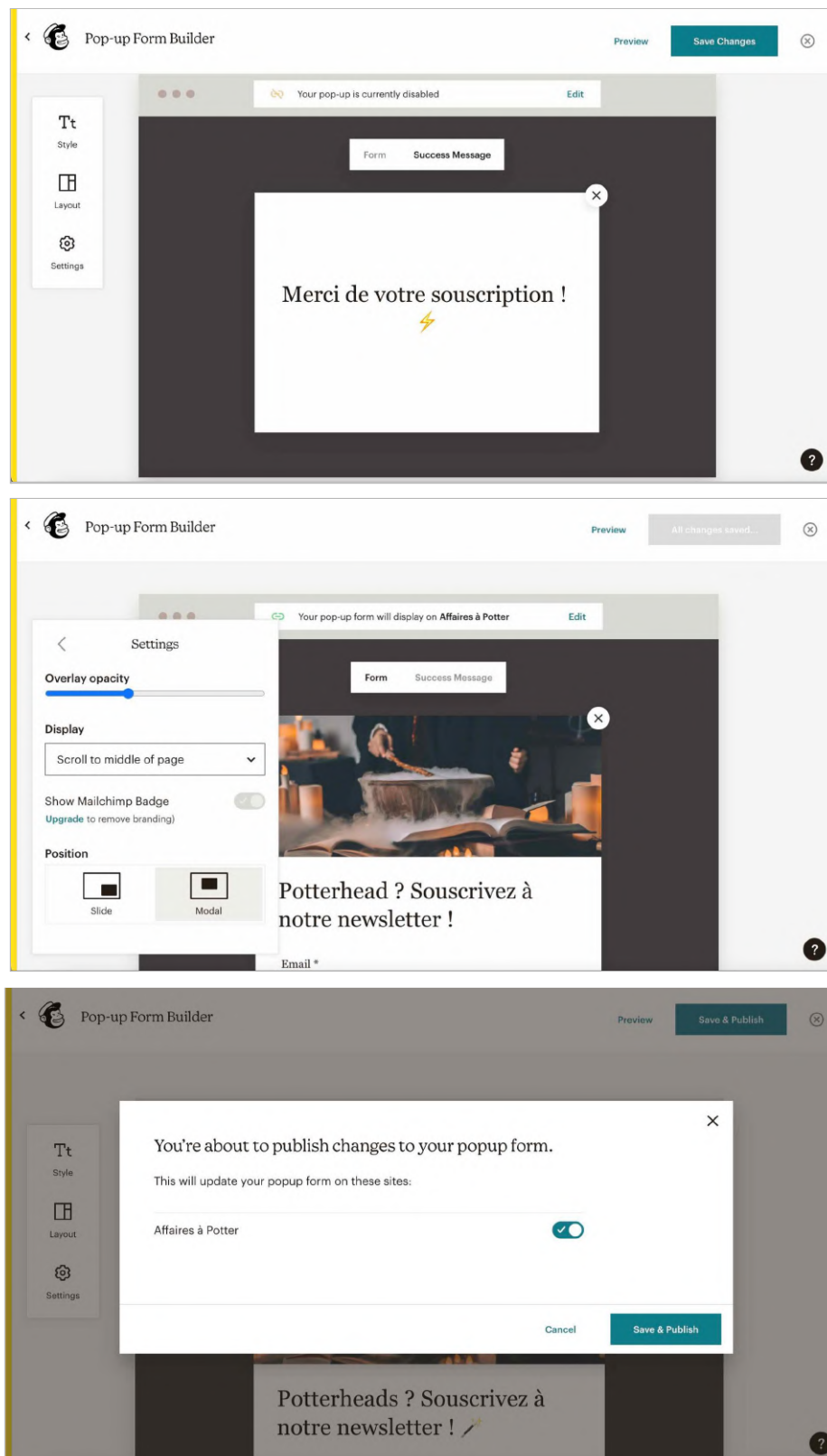


The screenshot shows the 'Pop-up form' creation screen in MailChimp. At the top, there's a title 'Pop-up form' with a small icon. Below it, a description reads: 'Grow your audience by giving your website visitors a chance to stay in touch. Add a pop-up form to your site and collect new contacts up to 50% faster.' A dropdown menu is set to 'Affaires à Potter'. Below the dropdown, a note states: 'You'll be able to segment your audience by signup source to target people who subscribe from your popup form.' At the bottom, there are two buttons: 'Begin' and 'Cancel'.

Début de la création du pop-up



The screenshot shows the 'Pop-up Form Builder' interface. On the left, there's a sidebar with 'Layout' and 'Settings' options. The main area shows a preview of the pop-up form. The form has a background image of a wizard's hands over a cauldron. The text on the form reads: 'Potterheads ? Souscrivez à notre newsletter ! ✨'. Below this is an 'Email *' field. At the bottom, there's a red 'Souscrire' button. The interface also includes a 'Preview' button and a 'Save Changes' button at the top right.

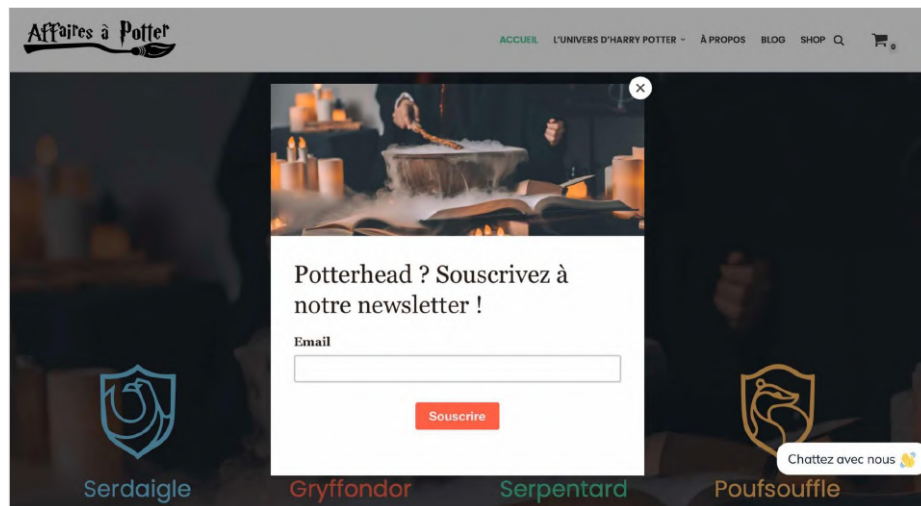


Création et publication du pop-up

Dans les réglages, nous décidons de le faire apparaître en milieu de page. Cela semble plus cohérent que de le faire apparaître dès l'arrivée de l'utilisateur sur la page, puisqu'il n'a pas le temps de prendre connaissance du contenu et aurait donc plus tendance à vouloir fermer ce pop-up.

Cependant, un constat se fait alors : le pop-up apparaît de façon unique lorsque l'on scrolle jusqu'au milieu de la page. Il ne réapparaît plus, même si l'on rafraîchit la page. Pour le retrouver, surtout lorsque nous effectuons des modifications de dernière minute, nous devons changer de navigateur ou passer d'une fenêtre publique à privée pour le revoir apparaître. Il faudrait alors peut-être quitter le site et revenir dessus le jour d'après pour le revoir apparaître. Aussi, il semblerait que le pop-up puisse quand même apparaître malgré le fait qu'une extension de type AdBlock soit active, ce qui est plutôt positif, puisqu'il ne s'agit pas de la publicité à proprement parler.

Voici finalement comment le pop-up se présente sur notre site :



Apparition du pop-up sur le site d'Affaires à Potter

Coupon de réduction

Nous procédons ensuite à la création d'un coupon de réduction. Là encore, nous nous référons à une [marche à suivre](#), cette fois-ci proposée par le site de WooCommerce, pour créer ce coupon. Nous cliquons alors sur "Codes promo" dans l'extension "WooCommerce", ce qui nous redirige vers la partie "Codes promo" dans "Marketing". Là aussi le procédé est assez simple, très semblable à la partie de création d'un nouveau produit. Dedans, nous nommons le code promo, indiquons la remise en pourcentage de 10% en cas d'utilisation du code, une date d'expiration au 26 avril 2022, soit trois mois après le 26 janvier 2022, date à laquelle nous créons ce coupon, un montant minimal de 25 CHF pour appliquer le code et une utilisation unique, non transmissible.

Le coupon est alors créé et s'applique à notre panier si l'on inscrit le code promo et que notre panier fait plus de 25 CHF.

Codes promo

Codes promo [Ajouter un code promo](#)

Les codes promo sont un excellent moyen d'offrir des remises et des récompenses à vos clients. Ils apparaîtront ici une fois créés.

[Créer votre premier code promo](#) [En savoir plus sur les codes promo](#)

Ajouter

Connexion perdue. L'enregistrement a été désactivé jusqu'à votre reconnexion. Nous sauvegardons cette publication dans votre navigateur, par sécurité.

BienvenueRabais10%

[Générer un code promo](#)

10% de rabais sur tous les produits à chaque inscription à la newsletter.

Données du code promo

Général

Type de remise: Remise en pourcentage

Valeur du code promo: 10

Autoriser l'expédition gratuite: ☐ Cochez cette case si le code promo inclut l'expédition gratuite. Un [mode d'expédition gratuite](#) doit être actif dans votre zone de livraison et être définie pour nécessiter « un code promo d'expédition gratuite valide » (voir le réglage « La livraison gratuite requiert... »).

Date d'expiration du code: 2022-04-26

Publier

État: Brouillon [Modifier](#)

Visibilité: Publique [Modifier](#)

[Publier tout de suite](#) [Modifier](#)

[Publier](#)

Ajouter

Général

Dépense minimale: 25

Dépense maximum: Pas de maximum

Utilisation individuelle uniquement: ☒ Cochez cette case si le code promo ne peut être utilisé conjointement avec d'autres codes promo.

Exclure les articles en promo: ☒ Cochez cette case si le code promo ne doit pas être appliqué aux articles en promo. Les codes promo par article fonctionneront uniquement si l'article n'est pas en promo. Les codes promo par panier fonctionneront uniquement si il n'y a pas d'article en promo dans le panier.

Produits: Recherche d'un produit...

Exclure les produits: Recherche d'un produit...

Catégories de produits: Toutes les catégories

Exclure les catégories: Aucune catégorie

The first screenshot shows the 'Ajouter' (Add) screen for a new coupon code. The code name is 'BienvenueRabais10%'. The description is '10% de rabais sur tous les produits à chaque inscription à la newsletter.' The 'Données du code promo' (Coupon Code Data) section shows the following settings:

- Général**: Utilisation illimitée
- Restriction d'usage**: Appliquer à tous les articles éligibles de
- Limites d'utilisation**: Limite d'utilisation par utilisateur: 1

The second screenshot shows the 'Codes promo' (Coupon Codes) screen. It displays a list of coupon codes with the following columns: Code, Type de code promo, Valeur du code promo, Description, ID Produits, Usage / Limite, and Date d'expiration. The coupon code 'bienvenuerabais10%' is listed with a value of 10 and an expiration date of avril 26, 2022.

Création du coupon de réduction dans WordPress

The screenshot shows the WooCommerce cart with two items:

Categories	Produit	Prix	Quantité	Sous-total
Harry Potter	Agenda Hibou 2021-2022	\$12.00	1	\$12.00
Accessoires	Bonnet Poufsouffle	\$20.00	1	\$20.00

At the bottom of the cart, the coupon code 'bienvenuerabais10%' is entered, and the 'Appliquer le code promo' button is highlighted. A 'Mettre à jour' button is also visible.

The screenshot shows the WooCommerce cart after the coupon code has been successfully applied. A purple banner at the top indicates 'Code promo appliqué avec succès.' The cart items are the same as in the previous screenshot, but the 'Appliquer le code promo' button is no longer visible.

Produit	Prix	Quantité	Sous-total
Agenda Hibou 2021-2022	\$12.00	1	\$12.00
Bonnet Poufsouffle	\$20.00	1	\$20.00

Total panier

Sous-total	\$32.00
Code promo : bienvenuerabais10%	-\$3.20 [Enlever]
Total	\$28.80

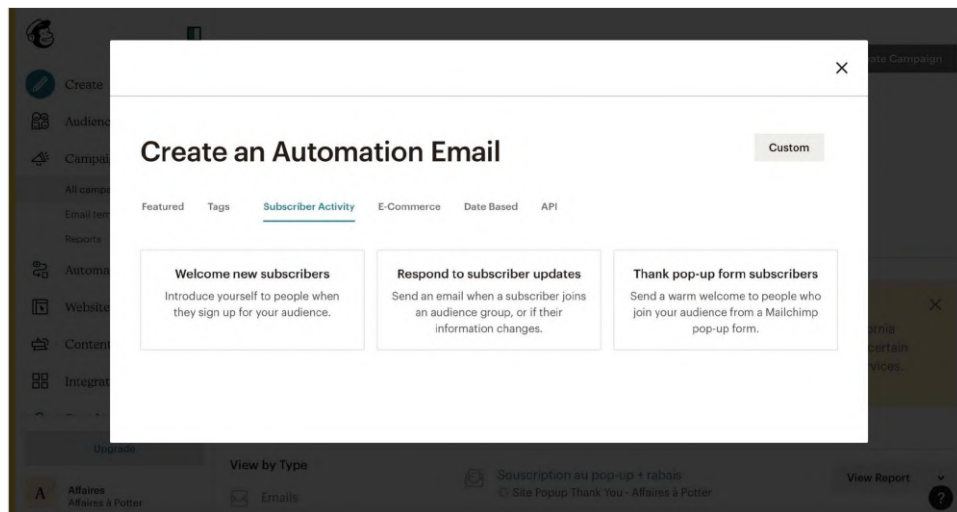
[Valider la commande](#)
[PayPal](#)

Utilisation du coupon de réduction sur le panier

E-mails de confirmation de souscription

Afin de transmettre ce code promo aux nouveaux abonnés à la newsletter depuis le pop-up, nous créons un e-mail automatique sur MailChimp. Cet e-mail joue un second rôle important, puisqu'il permet de confirmer aux nouveaux abonnés qu'ils se sont bien abonnés et que nous les en remercions.

Ainsi, nous allons dans "Campaigns", "All Campaigns", "Automations", "Create an Automation Email", "Subscriber Activity" et choisissons le "Thank pop-up form subscribers".



Choix d'e-mail automatique

De là, nous donnons un nom interne à notre e-mail, un sujet d'e-mail adressé à nos abonnés qui indique la bonne souscription, un texte d'aperçu qui dévoile l'existence d'un rabais, notre nom et notre adresse expéditeur. Puis, nous mettons en page un e-mail, qui remercie les nouveaux abonnés et qui dévoile notre cadeau de bienvenue avec le code promo ; nous ajoutons également notre logo, la photo qui revient sur toutes les pages du site Affaires à Potter ainsi que nos réseaux sociaux pour nous suivre. Comme pour le pop-up, ce procédé se déroule très bien et est assez simple d'utilisation. Enfin, nous décidons des derniers réglages liés à l'envoi et l'événement est mis en route.

Souscription au pop-up + rabais • Merci d'avoir souscrit à ma newsletter (pop-up) (Email 1 of 1) Help Save and Return to Workflow

Name your email

Merci d'avoir souscrit à notre newsletter (pop-up)

Internal use only. Ex: "Newsletter Test#4"

Email subject * 76 characters remaining

Vous venez de souscrire à Affaires à Potter et nous vous en remercions ! 🍷 😊

[How do I write a good subject line?](#) • [Emoji support](#)

Preview text 50 characters remaining

🍷 10% de rabais offert sur tous les produits à l'occasion de votre souscription à notre newsletter 🍷

This snippet will appear in the inbox after the subject line.

From name 83 characters remaining

Affaires à Potter

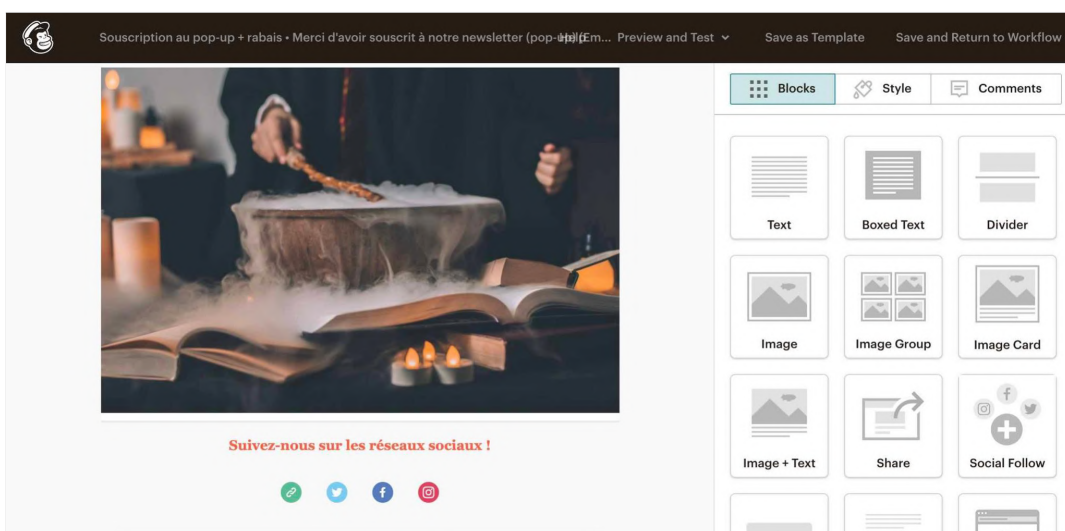
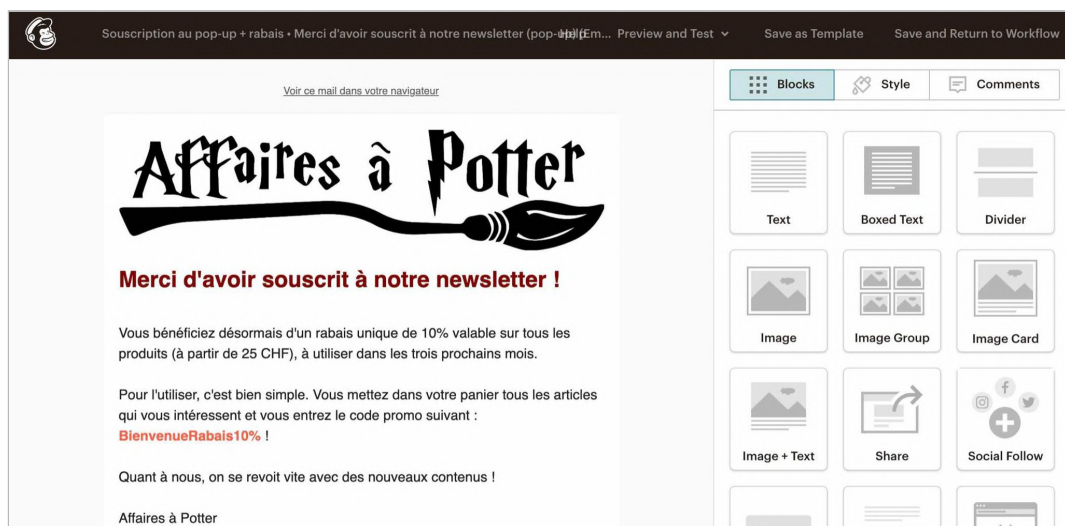
Use something subscribers will instantly recognize, like your company name.

From email address

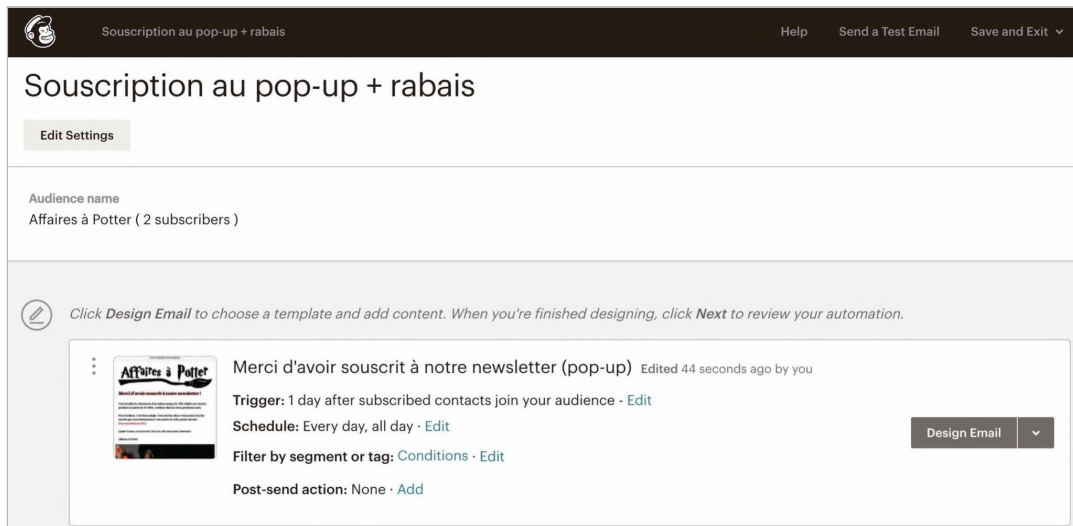
affairesapotter@gmail.com

[Save and Return to Workflow](#) [Setup](#) > [Template](#) > [Design](#) Next >

Informations encadrant l'e-mail de confirmation d'inscription à la newsletter



Création de l'e-mail de confirmation d'inscription à la newsletter

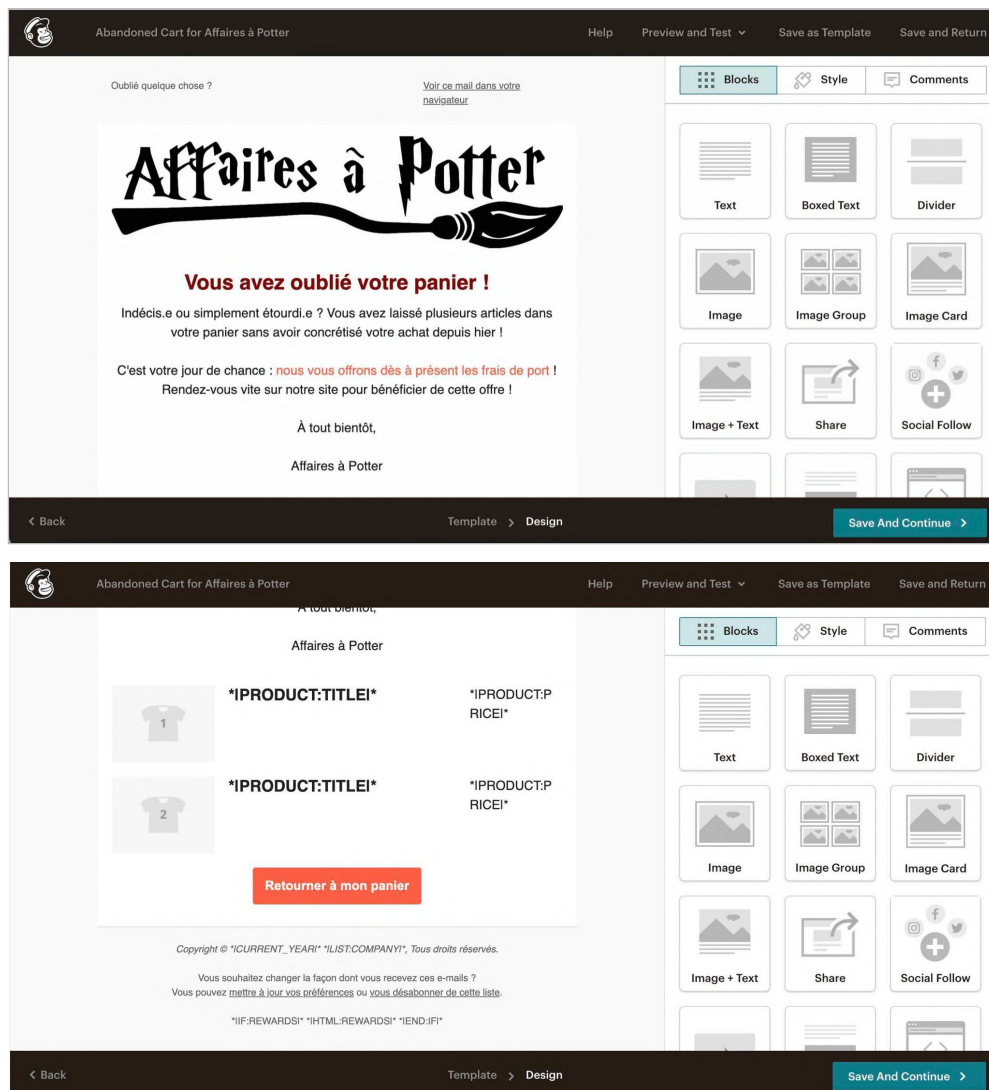


Derniers réglages de l'e-mail de confirmation d'inscription à la newsletter

Il est à relever que nous avons prévu une partie “Formulaire newsletter” pérenne sur notre site, dans la page d'accueil ainsi que dans la page À Propos, et que nous avons également tenté de connecter ce formulaire Elementor à MailChimp. Cela aurait ensuite envoyé un e-mail automatique – créé dans la même lancée que l'e-mail automatique suivant l'inscription au pop-up – donnant le code promo de 10%. Cependant, nous nous sommes rendus compte plus tard que cette fonctionnalité ne faisait pas partie de la version d'Elementor gratuite. En effet, nous avons consulté une [marche à suivre](#) pour connecter les deux, qui relevait en début d'article que cette connexion n'était possible qu'avec Elementor Pro. Nous avons donc abandonné l'idée et supprimé les formulaires d'inscription de la page d'accueil et d'À Propos.

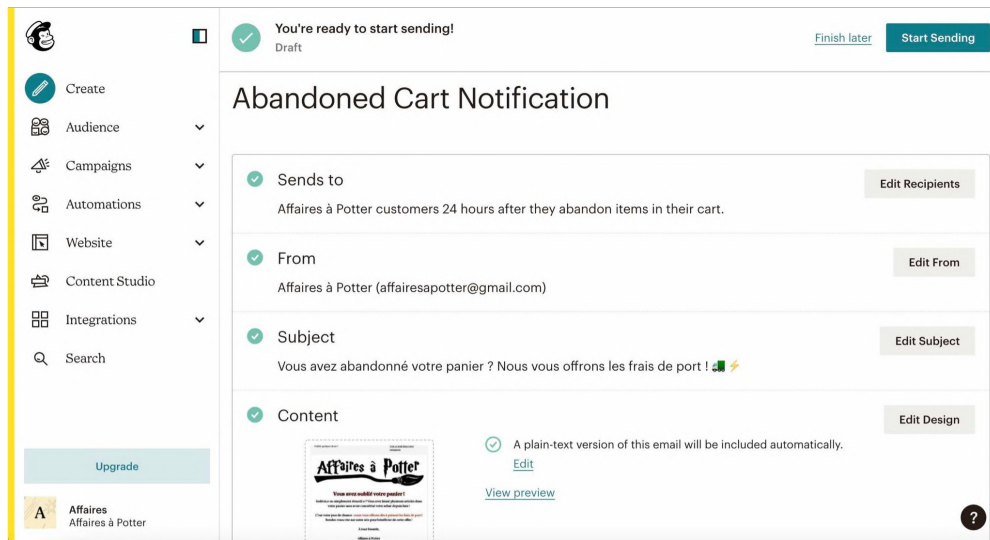
E-mail de panier abandonné

Pour terminer avec la partie “E-mailing”, nous créons un e-mail de panier abandonné, toujours sur MailChimp et toujours en étant attentifs à la [marche à suivre](#). Pour ce faire, nous reprenons le même chemin que pour le pop-up, c'est-à-dire en passant dans “Integration”, “Manage”, “WooCommerce”, “Manage your Sites” et nous choisissons cette fois la seconde proposition qui nous est proposée : “Abandoned Cart Email”. Nous créons un e-mail similaire à l'e-mail de confirmation de souscription à la newsletter, mais ce dernier prévoit quand même l'aspect “Panier” en plus, pour afficher le détail des articles dans le panier.



Création de l'e-mail de panier abandonné

Comme derniers réglages, nous décidons d'envoyer l'e-mail 24h après l'abandon de leur panier, en indiquant le nom et l'e-mail de l'expéditeur (Affaires à Potter) et le sujet de l'e-mail, qui indique que nous offrons désormais les frais de port. Nous activons ensuite cet e-mail.



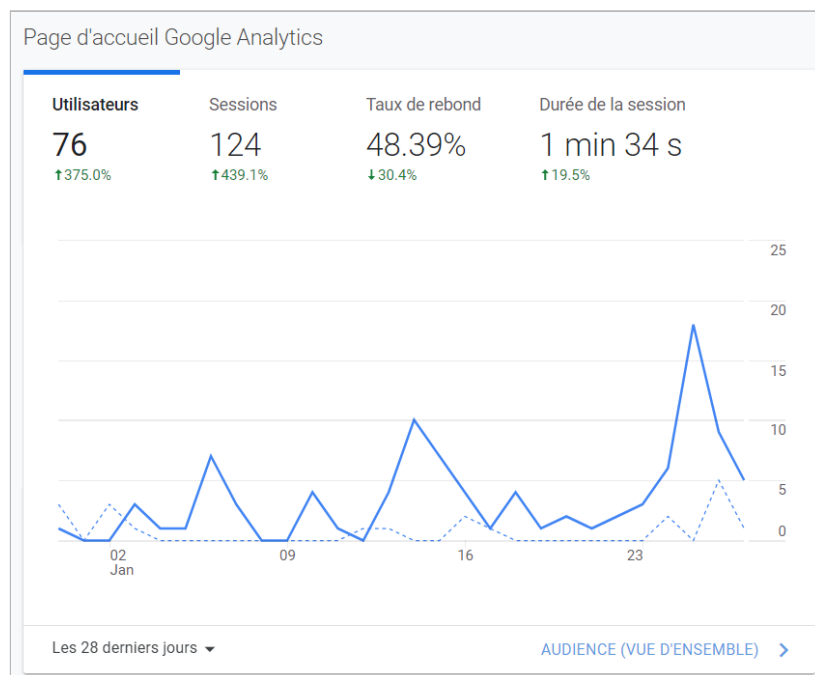
Derniers réglages de l'e-mail de panier abandonné

Nous avons ensuite une petite réflexion. Comment MailChimp pourrait-il trouver l'e-mail de tous les utilisateurs qui ont un panier perdu, puisque notre site n'offre pas de se créer un compte et/ou de se connecter ? Il nous semble alors imaginable que MailChimp ne puisse connaître l'e-mail de l'utilisateur uniquement si ce dernier a souscrit à notre newsletter, autrement, cet e-mail ne peut pas s'envoyer.

Mesure de performance et où les trouver

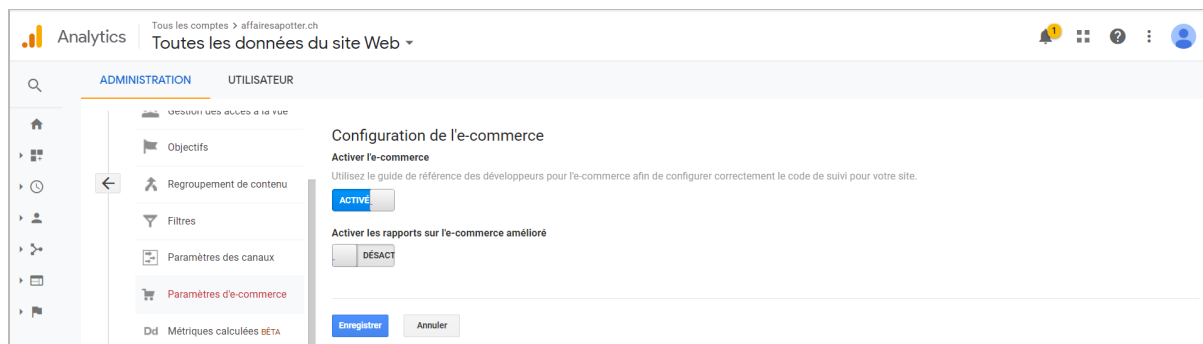
Afin de mesurer les statistiques, voici ci-dessous des indicateurs importants à garder en considération afin de comprendre la qualité de notre travail. C'est typiquement grâce à ce genre d'indicateurs qu'il est possible de repérer les problèmes présents au niveau de l'interface utilisateur, que nous devons alors résoudre pour (re)donner aux clients l'envie nécessaire de procéder à certains achats sur notre site. En d'autres termes, si l'expérience client est mauvaise, le client n'est pas motivé à concrétiser son achat au bout du tunnel d'achat. Par ailleurs, proposer notamment des bons de réduction ajoute une motivation pour les clients de procéder à des achats. Finalement, tout élément du site web d'Affaires à Potter, mais plus globalement l'environnement digital entier, est totalement axé pour créer des résultats, des ventes et, donc, brutalement parlant, gagner d'argent.

Si l'on jette un coup d'œil aux statistiques de notre site recueillies, 76 utilisateurs ont consulté notre site web ces derniers 28 jours. Il est possible de voir cette information dans la page d'accueil de Google Analytics.



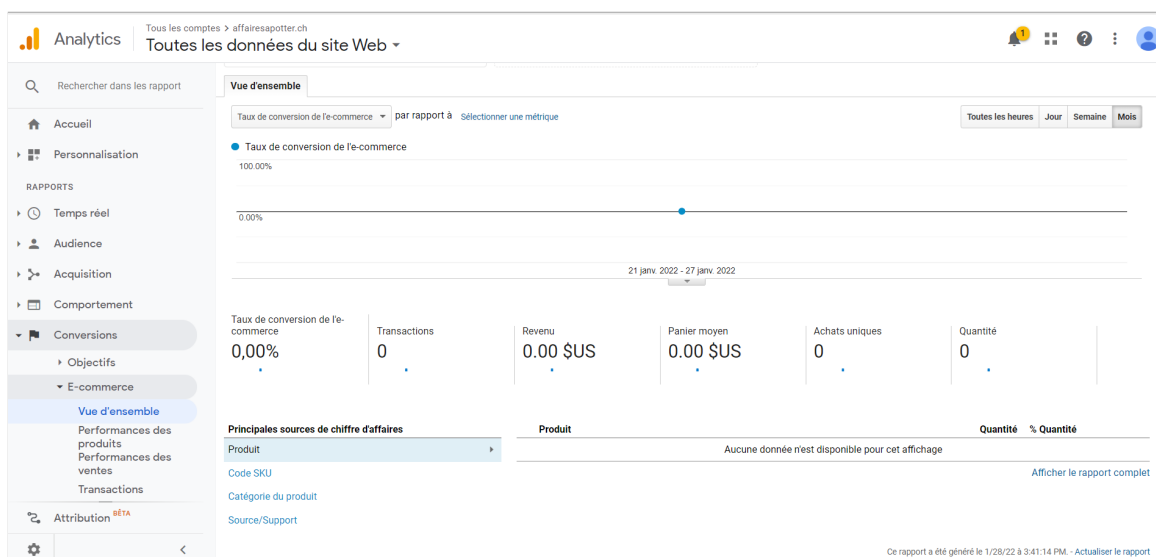
Statistiques globales sur Google Analytics

Afin de visualiser les prochaines données, il est impératif de mettre en place le commerce électronique dans Google analytics. Pour ce faire, il suffit d'aller dans le panneau d'administration, d'aller dans les "Paramètres de l'e-commerce" et à la fin d'activer le choix "Activer l'e-commerce" dans les paramètres.



Mise en place du commerce électronique sur Google Analytics

Le taux de conversion correspond au pourcentage de visiteurs sur le site web, qui prennent une action souhaitée. Cet indicateur se trouve dans "Vue d'ensemble" de la section "E-commerce". L'indicateur du panier moyen se trouve aussi dans le même endroit.

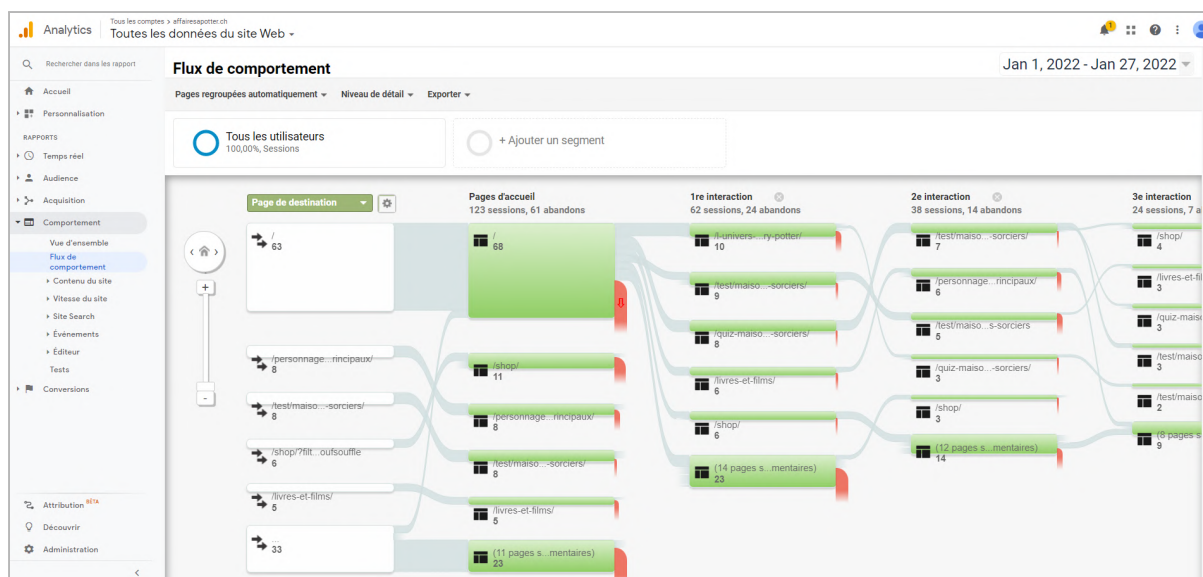


Taux de conversion dans la "Vue d'ensemble"

Étant donné que ce projet est fictif, nous ne pouvons pas avoir de chiffre d'affaires. Dans tous les cas, toutes les informations possibles sont dans l'onglet e-commerce, comme l'on peut voir dans l'image ci-dessus.

Dans Google Analytics, il est également possible de visualiser le comportement de nos clients. Pour le voir, il suffit de cliquer sur l'onglet "Comportements" dans le tableau de bord principal et ensuite sur "Flux de comportements" afin de trouver le schéma qui est montré de suite. Étant donné que dans le cadre d'un projet comme le nôtre, il est compliqué de montrer le tunnel d'achat des clients, nous préférons plutôt montrer le comportement des clients qui concerne la consultation des pages, comme les clients passent d'une page à l'autre de notre site web.

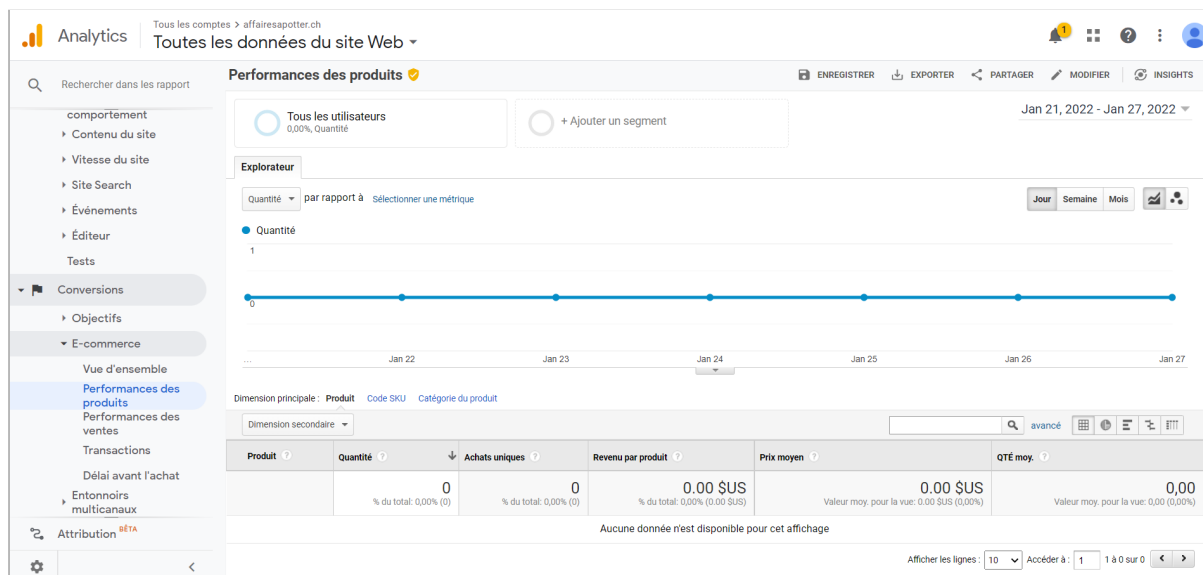
Cette représentation est aussi très importante pour nous, car elle nous fait comprendre vers quoi l'œil du client est attiré. Si nous arrivons à comprendre ce facteur important, nous serons capables de diriger les clients vers les pages plus rentables du site.



Flux de comportement de nos clients

Bien que disposer d'une visualisation des flux de comportements des clients est important, disposer de la liste des produits qui se vendent le mieux est aussi un facteur essentiel pour un site de vente en ligne. Pour cette raison, toujours dans Google Analytics, il est possible de trouver ces informations. Il nous suffit d'aller dans l'onglet "Conversions", "E-commerce", "Performances des produits".

Actuellement, il est impossible de visualiser quel produit a été plus vendu qu'un autre. Par contre, nous savons que lors d'un possible achat nous pourrions consulter cette page pour voir les statistiques liées aux produits :



Statistiques liées à la performance des produits

Google Analytics nous permet de faire plusieurs choses, dont consulter nos statistiques de vente. La dernière chose que nous affrontons dans ce rapport est le fait qu'il est possible, si l'on veut, de recevoir un e-mail avec le synthèse des chiffres de vente. Afin de personnaliser encore plus cet e-mail, nous disposons d'un outil dans Google Analytics capable de réunir dans un seul endroit

toutes les informations dont nous avons besoin. Il s'appelle Dashboard. Pour créer un Dashboard personnalisé, nous devons aller sur l'onglet Personnalisation puis Tableau de bord. Ensuite nous en pouvons créer un. Dans notre cas, nous l'avons appelé TableauBord-AffairesAPotter. Dans ce dashboard, il est possible de personnaliser les informations que nous voulons. Par exemple, dans notre cas, nous trouvons que c'est assez important de savoir combien d'utilisateurs visitent notre site web et aussi la durée moyenne des visites aux pages. Il nous suffit très peu, dès que nous arrivons à ce point, pour ajouter un widget qui prend en considération une synthèse de chiffres de vente.

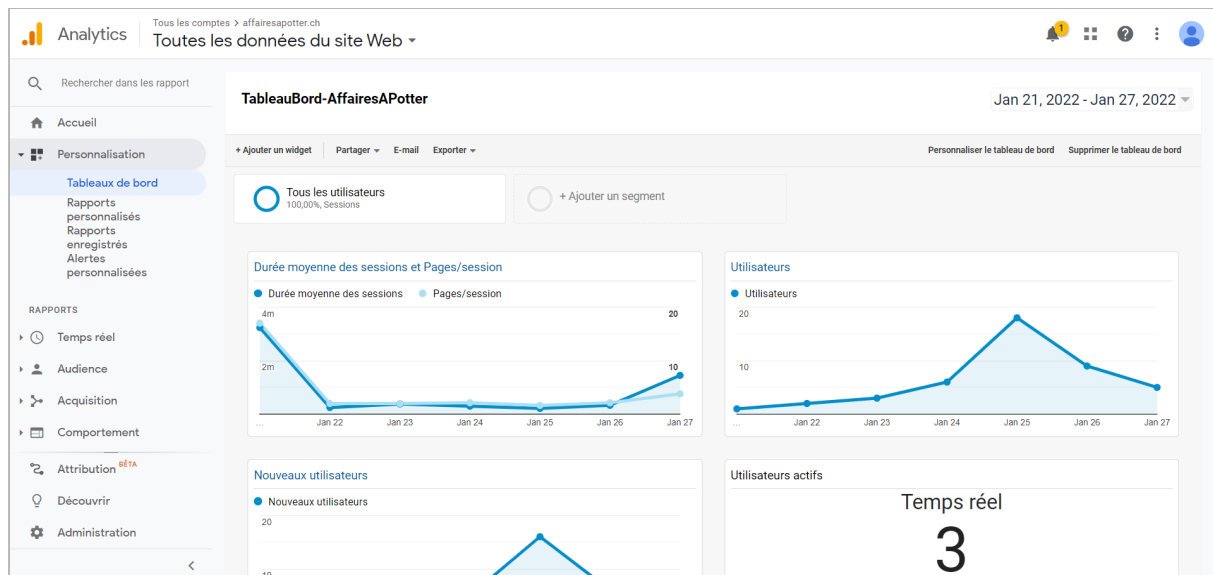


Tableau de bord - Dashboard

Une fois que le dashboard est mis en place, nous pouvons cliquer sur l'onglet E-mail. Les réglages que nous pouvons faire comprennent le destinataire, la fréquence, par exemple une fois par semaine, et la durée de validité.

The form, titled 'Envoi du rapport par e-mail : TableauBord-AffairesAPotter', is used to configure email reports. It includes fields for 'De' (affairesapotter@gmail.com), 'À' (recipient), 'Objet' (TableauBord-AffairesAPotter), and 'Pièces jointes' (PDF: TABLEAUBORD-AFFAIRESAPOTTER). The 'Fréquence' dropdown is set to 'Une fois', and a dropdown menu is open showing options: 'Une fois', 'Tous les jours', 'Toutes les semaines', 'Tous les mois', and 'Tous les trimestres'. The 'Durée de validité' field is empty. At the bottom, there is a 'Non sono un robot' checkbox, a reCAPTCHA logo, and 'Envoyer' and 'Annuler' buttons.

Envoi du rapport par e-mail

Une fois que nous avons choisi les paramètres que nous préférons, Google Analytics nous enverra, sous la forme d'une annexe PDF, le rapport que nous venons de mettre en place, toujours mis à jour à la date concernée.

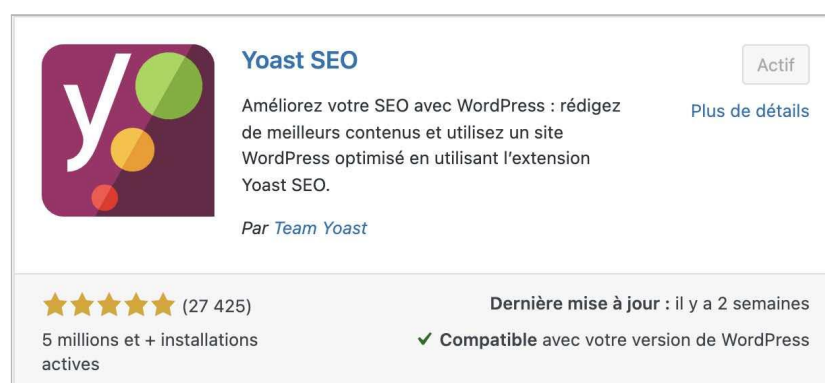
SEO : Optimisation

Nous avons appris et retenu plusieurs leçons concernant l'optimisation du SEO lors de la création de notre site web individuel l'année passée, en cours de Marketing Digital 1 et 2. Nous savons que certains points spécifiques sont fatidiques pour garantir un site web optimisé pour les moteurs de recherche :

- Chaque page doit contenir une méta description (priorité la plus élevée),
- Chaque image doit contenir un texte alternatif,
- Le site doit contenir les fichiers robots.txt et sitemap.xml,
- Des mots clés consistants doivent être utilisés,
- Différentes tailles de titre (balises h1 à h6) doivent être utilisées,
- Les images doivent être légères, donc compressées,
- Le site doit contenir un Favicon et des liens vers les réseaux sociaux.

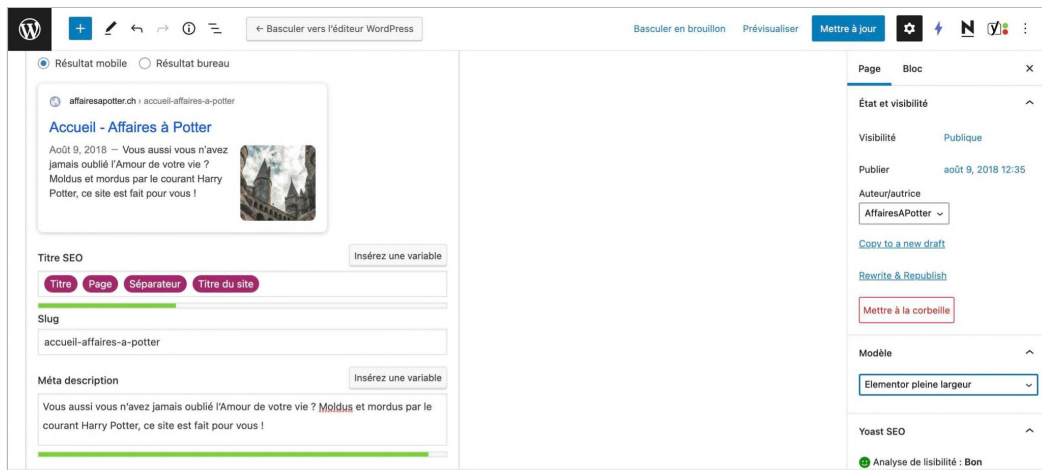
Jusqu'à présent (25 janvier 2022), les points c, e, f et g ont été réalisés. En effet, lors de la création de notre site web, nous avons immédiatement téléchargé une extension pour compresser nos images afin d'optimiser le poids et le temps de réponse de notre site. Nous avons également chargé un Favicon, créé des réseaux sociaux et rédigé des titres, principalement de type h2, h3 et h5. Les fichiers robots.txt et sitemap.xml, eux, se sont ajoutés un peu automatiquement. Cette analyse, nous la devons à l'outil SEOptimer, utilisé pour une première fois le 22 janvier 2022 et présenté dans le [prochain point](#).

Afin d'implémenter l'optimisation du SEO de notre site e-commerce, en améliorant les autres points non effectués jusqu'à présent, nous téléchargeons l'extension Yoast SEO, populaire sur WordPress.



Extension Yoast SEO installée

Cette extension nous sera fortement utile notamment pour rédiger des méta descriptions qui ont, nous le rappelons, un très grand impact sur le référencement de notre site. Il s'agit d'ailleurs de la première chose que nous faisons, comme par exemple ici dans la page d'accueil :

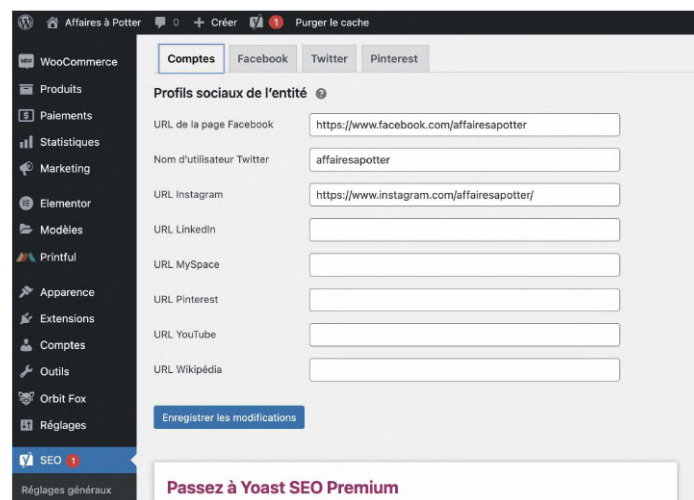


Rédaction d'une méta description et correction du slug dans la page d'accueil

La lisibilité est estimée comme étant “bonne” et le score SEO comme étant “OK” suite à cela, selon Yoast. Le score SEO se base sur une requête cible, que nous notons ici comme “Affaires à Potter accueil”. Yoast nous fait ensuite des commentaires par rapport à notre requête, en disant qu'elle doit apparaître dans la méta description et dans les titres, notamment.

Nous rédigeons d'autres méta descriptions, slugs et requêtes cibles sur les autres pages d'Affaires à Potter. Nous tenons à relever que Yoast n'est pas très simple et pratique d'utilisation et que nous tenterons de trouver une autre extension la prochaine fois.

Nous améliorons également le SEO depuis Yoast en inscrivant l'URL de notre compte Instagram, Facebook et Twitter et en rédigeant un texte alternatif pour chaque image.



Inscription de l'URL des réseaux sociaux dans Yoast

Détails du fichier joint



Téléversé le : 12 janvier 2022
Téléversé par : AffairesApotter
Téléversé vers : Bonnet Gryffondor
Nom du fichier : bonnet-gryffondor.jpg
Type du fichier : image/jpeg
Taille du fichier : 122 Ko
Dimensions : 667 pixels par 788

Texte alternatif
[Apprendre à décrire le but de l'image](#). Laissez vide si l'image est purement décorative.

Titre

Légende

Description

URL du fichier :
[Copier l'URL dans le presse-papiers](#)

[Modifier l'image](#)

Les champs obligatoires sont indiqués avec *

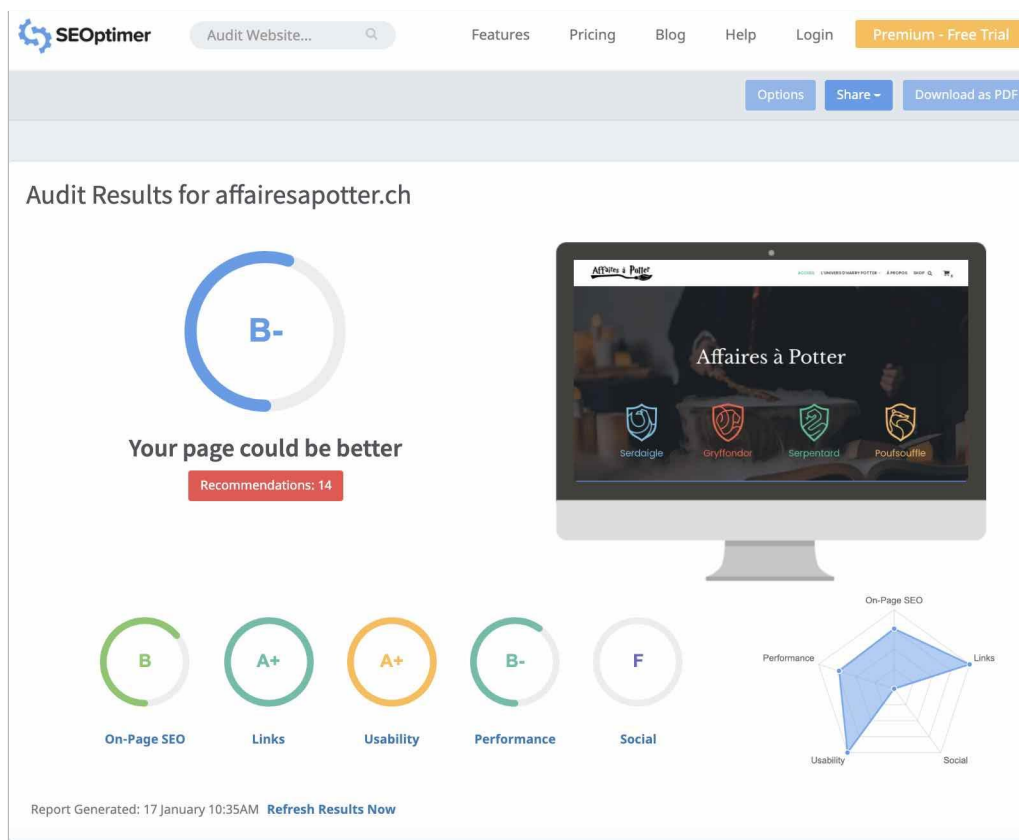
Rédaction d'un texte alternatif à une image du site

SEOptimer

Le 22 janvier 2022, nous avons effectué une analyse de notre site e-commerce avec l'outil SEOptimer et avons obtenu l'honorable note de B-. Nous avons reçu la note maximale, A+, pour l'utilisabilité et les liens de notre site, un B pour notre SEO, un B- pour la performance et un F pour les réseaux sociaux. Effectivement, au jour du 22 janvier, nous n'avions :

- créé aucun réseau social (Social),
- rédigé aucune méta description sur chaque page (On-Page SEO),
- aucun mot-clé consistant (On-Page SEO),
- aucun texte alternatif sur chaque image (On-Page SEO).
- De plus, nous avons un temps de réponse du serveur trop long (Performance).

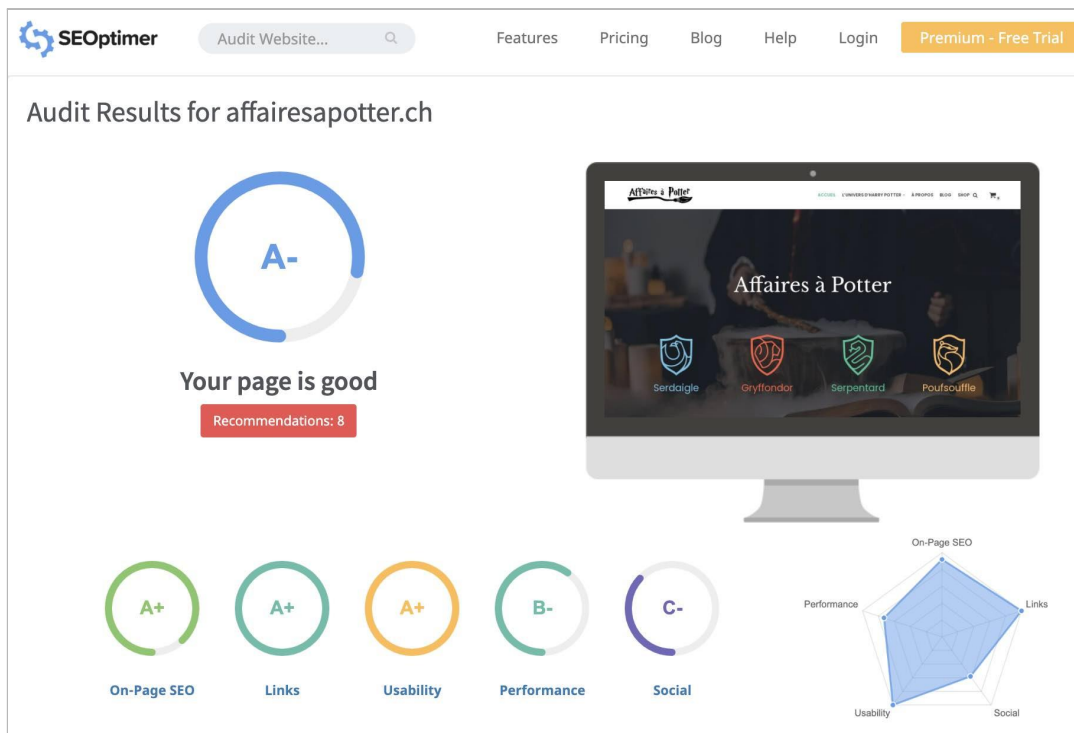
Cependant, nous avons systématiquement compressé chaque image grâce à une extension avant de les insérer dans les pages et fait attention d'adapter chaque page pour chaque terminal (ordinateur, tablette, téléphone), surtout au niveau des images.



Recommendations		
Toggle: On-Page SEO Social Performance		
Include a meta description tag	On-Page SEO	High Priority
Improve server response time	Performance	Medium Priority
Add Alt attributes to all images	On-Page SEO	Low Priority
Create and link your Facebook Page	Social	Low Priority
Create and link your Twitter profile	Social	Low Priority
Use your main keywords across the important HTML tags	On-Page SEO	Low Priority
Increase page text content	On-Page SEO	Low Priority
Please add Facebook Open Graph Tags	Social	Low Priority
Add Twitter Cards	Social	Low Priority
Create and link associated Instagram profile	Social	Low Priority
Create and link an associated YouTube channel	Social	Low Priority
Create and link an associated LinkedIn profile	Social	Low Priority
Setup & Install a Facebook Pixel	Social	Low Priority
Remove inline styles	Performance	Low Priority

Note et recommandations principales d'Affaires à Potter par SEOptimer (22.01.22)

Le 27 janvier 2022, après avoir téléchargé l'extension Yoast pour rédiger des méta descriptions et améliorer les slugs de chaque page, après avoir passé toute notre galerie d'images en revue pour rédiger un texte alternatif et après avoir créé des comptes sur les réseaux sociaux et les avoir liés à notre site, nous repassons le test. Cette fois-ci, nous obtenons la note de A- grâce à ces améliorations. Nous avons à nouveau reçu A+ pour l'utilisabilité et les liens de notre site, mais aussi pour notre SEO, un B- pour la performance et un C- pour les réseaux sociaux. Cette note moyenne s'explique principalement par le manque d'un lien vers une page YouTube et LinkedIn, réseaux sociaux que nous n'avons pas développés. À noter que la liste des recommandations a drastiquement diminué.



SEOptimer Audit Website... Features Pricing Blog Help Login Premium - Free Trial		
Recommendations		
Toggle: Social On-Page SEO Performance		
Improve server response time	Performance	Medium Priority
Grow your Twitter following	Social	Low Priority
Use your main keywords across the important HTML tags	On-Page SEO	Low Priority
Increase page text content	On-Page SEO	Low Priority
Create and link an associated YouTube channel	Social	Low Priority
Create and link an associated LinkedIn profile	Social	Low Priority
Setup & Install a Facebook Pixel	Social	Low Priority
Remove inline styles	Performance	Low Priority

Note et recommandations principales d'Affaires à Potter par SEOptimer (27.01.22)

En conclusion, SEOptimer est un outil d'analyse qui nous donne une bonne indication de l'état de notre SEO, mais il faut garder à l'esprit qu'il ne faut pas se baser sur cela uniquement ; cela permet juste de se donner une idée pour s'aiguiller. Nous sommes en tout cas très satisfaits de cette note et cela nous prouve une nouvelle fois à quel point certaines tâches minutieuses telles que la compression et le texte alternatif d'une photo, les mots-clés ou encore les méta descriptions ont un impact fort sur le SEO d'un site.

Conclusion

En conclusion, nous sommes très fiers et satisfaits du fruit de notre travail. L'année dernière, lors du cours de Marketing Digital, nous étions dans une phase de découverte totale et avons travaillé sur des aspects marketing très détaillés. Cette année, pour ce cours d'E-Commerce, nous nous sommes rendus compte que nous avons acquis certains automatismes (tels que le réflexe de rédiger des méta descriptions pour améliorer le SEO ou de compresser les images pour ne pas alourdir les pages), avons optimisé notre temps en tout point, notamment pour la création du site, et n'avons pas été autant dans les détails qu'il y a un an. Cependant, il nous manque encore certains autres automatismes, notamment celui de vérifier qu'une extension n'existerait pas pour nous aider à résoudre n'importe quel problème rencontré dans notre travail (par exemple une extension qui indique les conditions générales d'un site ou une extension qui modifie le *footer*), ce qui pourrait nous être utile et nous faciliter la tâche par la suite.

Nous avons changé de constructeur cette année et utilisé Elementor. Nous avons rapidement appris à le manier et nous avons grandement apprécié la facilité et la simplicité à passer d'un format de terminal (ordinateur, tablette, téléphone) à un autre pour effectuer des corrections locales et rendre notre site parfaitement *responsive*. Nous nous sommes également beaucoup basés sur le template de base du site pour créer le nôtre, car la structure et les effets de mouvement nous inspiraient beaucoup. Ainsi, nous ne sommes pas partis de zéro comme nous avons pu le faire pour nos sites l'année passée ; nous avons une bonne base au niveau de la structure du site, à laquelle il fallait "seulement" ajouter du contenu. Un seul bémol, c'est que nous étions un peu restreints par la version gratuite, car plusieurs fonctionnalités n'étaient accessibles qu'avec Elementor Pro.

Globalement, nous sommes très contents du bagage en plus que nous possédons désormais par rapport au côté "e-commerce" d'un site web. Nous comprenons mieux les engrenages derrière les sites de commerce en ligne et espérons pouvoir remettre cela en pratique dans le futur.

Pour ma part, Laure-Hélène, je commence peu à peu à affirmer mon envie de continuer sur la voie du marketing et de la création (plutôt que la programmation ou la gestion de projet) après mon Bachelor en Ingénierie des Médias. L'année passée, en lisant pour la première fois la *to-do list* de la création de mon site web, je me disais que cela serait presque impossible de le faire, d'atteindre un tel niveau. Mais le fait d'y aller pas à pas, de passer plusieurs heures à tenter de résoudre des petits problèmes et de comprendre toute la logique derrière me fait réaliser que j'ai acquis beaucoup de connaissances et de capacités en l'espace d'une année et demie, et cela constitue une petite victoire personnelle. Par ailleurs et pour finir, je tiens à remercier mon acolyte, Dario, avec qui j'ai eu beaucoup de plaisir à faire ce projet.

Pour ma part, Dario, je peux dire d'être très satisfait de ce que nous avons réussi à réaliser ce semestre. En ce qui me concerne, je suis heureux d'avoir pu explorer la partie commerce en ligne car j'ai l'intention dans un futur proche de créer un petit environnement digital lié à la vente en ligne de quelques produits et je suis convaincu de pouvoir utiliser les compétences et les notions apprises pendant ce cours. Ce projet m'a fait réaliser aussi une fois de plus que mon avenir sera fortement axé sur le monde du marketing, du design et de la communication. C'est aussi pour cette raison, et le fait que nous ayons les mêmes points de vue sur la qualité du travail et la vision du projet, que cela a été un plaisir de travailler avec ma collègue Laure-Hélène, que je remercie pour avoir partagé avec moi un projet aussi important. Le fait de travailler à deux sur un même projet nous a permis de nous concentrer sur des détails plus fins, de sorte que la qualité finale soit supérieure.

“Après tout ce temps ?” - “À jamais.”

Références

- Support du cours E-Commerce d'Arnaud Dufour, semestre d'automne 2021-2022
- Affaires à Potter : <https://affairesapotter.ch>
- Asana : <https://asana.com/fr>
- Extension Google Site Kit
 - Google Search Console : https://search.google.com/u/2/search-console?resource_id=https%3A%2F%2Faffairesapotter.ch%2F
 - Google Analytics : https://analytics.google.com/analytics/web/?authuser=affairesapotter%40gmail.com#/report/visitors-overview/a210294071w290093322p253326278/_u.date00=20211231&_u.date01=20220127/
- Extension WooCommerce
- Concurrence (produits)
 - Fnac : <https://www.fr.fnac.ch/s319460/Harry-Potter?omnbannersearch=5>
 - Manor : <https://www.manor.ch/fr/collections/collection-harry-potter/shop/h/toys-harry-potter-collection/web>
 - Amazon France : https://www.amazon.fr/Jeux-Jouets-Harry-Potter/s?rh=n%3A322086011%2Cp_n_featured_character_browse-bin%3A374085011
 - AliExpress : https://fr.aliexpress.com/wholesale?catId=0&initiative_id=SB_20211103022551&SearchText=harry+potter
- Concurrence (informations)
 - Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Harry_Potter
 - Wiki Harry Potter : https://harrypotter.fandom.com/fr/wiki/Harry_Potter
 - Univers Harry Potter : <https://www.universharrypotter.com/j-k-rowling/>
- Inspiration
 - Wizarding World : <https://wizardingworld.warnerbros.fr>
 - Harry Potter Shop : <https://harrypottershop.co.uk>
 - Harry Potter Store : <https://www.harrypotterstore.com>
- Gloomaps : <https://www.gloomaps.com/yoP9nCRiME>
- Balsamiq : <https://balsamiq.com/wireframes/>
- Extension Favicon by RealFaviconGenerator
- Produits
 - Manor : <https://www.manor.ch/search/text#/q/harry%20potter>
 - Fnac : <https://www.fr.fnac.ch/SearchResult/ResultList.aspx?SCat=14!1&Search=harry+potter&sft=1&sl>
 - Amazon France : https://www.amazon.fr/s?k=harry+potter&i=clothing&dc&__mk_fr_FR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=1WPHDCOSG9KF4&qid=1643123333&prefix=harry+potter%2Caps%2C89&ref=sr_nr_i_10

- Galaxus :
https://www.galaxus.ch/fr/search?filter=t_pt%3D2099%7C1546%7C927%7C2430%7C2788%7C2087%7C1673%7C2814%7C1662%7C1131%7C1702%7C2447%7C782&q=harry+potter
- Questions juridiques
 - Conditions générales :
<https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home/savoir-pratique/gestion-pme/e-commerce/creer-site/conditions-generales-vente.html>
 - Loi fédérale sur la protection des données :
https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1993/1945_1945_1945/fr
 - Site commercial et protection des données :
<https://www.kmu.admin.ch/kmu/fr/home/savoir-pratique/gestion-pme/e-commerce/creer-site/site-commercial-et-protection-donnees.html>
 - RGPD et WordPress : <https://wpmarmite.com/rgpd-wordpress/>
- Amazon “Club Partenaires” : <https://partenaires.amazon.fr/home>
 - Marche à suivre :
<https://wordpress.com/fr/support/ajouter-des-liens-affilies-amazon-com-a-votre-site-wordpress-com>
- Printful : <https://www.printful.com/fr>
 - Marche à suivre : <https://www.printful.com/fr/dashboard/connect/woocommerce>
- Extension Printful Integration for WooCommerce
- Vente directe
 - PayPal : https://www.paypal.com/ch/business/accept-payments?locale.x=fr_CH
 - Marche à suivre :
<https://woocommerce.com/fr-fr/products/woocommerce-paypal-payments/>
 - Extension WooCommerce PayPal Payments
- Logistique
 - Produit 1 :
https://www.rajapack.ch/fr_CH/enveloppes-pochettes-tubes-expedition/pochettes-matelasseees/pochettes-bulles_skuPMBLOC.html
 - Produit 2 :
https://www.rajapack.ch/fr_CH/enveloppes-pochettes-tubes-expedition/pochettes-plastiques/pochettes-plastique-blanches-recycle_skuPCR101B.html
 - Produit 3 :
https://www.rajapack.ch/fr_CH/caisses-cartons-containers/caisses-boites-specifiques/caisse-carton-brune-pour-produits-plats_skuPF20.html
 - La Poste : <https://service.post.ch/vsc/ui/sending-type>
 - Marche à suivre taux de marge :
<https://www.dlm-management.ch/calculer-marge-produit/>
 - TVA : <https://wise.com/fr/vat/tva/suisse>
 - Marche à suivre prix de vente :
<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/fixer-le-prix-de-vente-dun-produit-ou-service/>
- Moyens de paiement
 - Marche à suivre PayPal :
https://www.paypal.com/ch/webapps/mpp/merchant-fees?locale.x=fr_CH
 - Extension Twint for WooCommerce :
<https://www.mamedev.ch/downloads/twint-for-woocommerce/>

- Réseaux sociaux
 - Facebook : <https://www.facebook.com/affairesapotter>
 - Marche à suivre Instagram :
<https://www.facebook.com/business/help/502981923235522>
 - Instagram : <https://www.instagram.com/affairesapotter/>
 - Twitter : <https://twitter.com/affairesapotter>
 - TikTok : <https://www.tiktok.com/@affairesapotter>
 - Extension Social Chat
 - Extension Tidio
- E-mailing
 - MailChimp : <https://us20.admin.mailchimp.com/account/>
 - Extension MailChimp for WooCommerce
 - Marche à suivre pop-up :
<https://mailchimp.com/fr/help/add-a-pop-up-signup-form-to-your-website/>
 - Marche à suivre coupon de réduction :
<https://woocommerce.com/fr-fr/posts/coupons-with-woocommerce/>
 - Marche à suivre e-mail automatique :
<https://www.bettertechtips.com/wordpress/connect-elementor-form-mailchimp/>
 - Marche à suivre e-mail panier abandonné :
<https://mailchimp.com/fr/help/create-an-abandoned-cart-email/>
- Extension Yoast SEO
- SEOptimer : <https://www.seoptimer.com/affairesapotter.ch>