



# Une bonne stratégie de commerce

Le développement web est un univers complexe où l'usage des bons outils, au bon moment, constitue une clé de la réussite de vos sites. Ainsi, ne pas utiliser un CMS comme fondation technique pour un site ayant du trafic et une masse d'informations à afficher, serait une erreur de développement et de maintenance. En e-commerce, c'est la même chose. Il ne faut pas réinventer la roue. Il existe de nombreux outils, commerciaux et gratuits, éprouvés et fiables. A vous de choisir ! Mais attention, sans vision claire de votre commerce en ligne, l'échec est assuré !

Qu'est-ce que je veux vendre ? Voilà une des premières questions à se poser. La stratégie de e-commerce changera selon qu'il s'agit d'un magasin, d'un artisan, d'une entreprise, une profession libérale, etc. Et il faut considérer le secteur d'activité. On ne vend pas un service, du temps de consultant ou de développement comme on propose un plombier, un ébéniste. D'autre part, vous pouvez avoir des contraintes réglementaires et légales par rapport à votre activité. Ainsi, un pharmacien peut ouvrir une boutique en ligne mais selon des contraintes réglementaires bien précises.

## Une adaptation à ne pas négliger

Le e-commerce ne va pas de soi. Et ce projet doit s'intégrer dans une stratégie globale. Cela signifie qu'il faut intégrer le commerce en ligne dans la culture de l'entreprise, réorganiser les équipes en conséquence. En effet, la boutique en ligne d'un magasin nécessite une logistique, un suivi des commandes et du client. Il faut former les administrateurs, voire les responsables entreprise et production pour suivre les commandes web. Il faut aussi régler les problèmes d'expédition (point de vente, retrait en magasin, envoi par transporteur,

etc.). Ensuite, il faut que la boutique en ligne cannibalise d'autres canaux de vente que vous auriez.

## De la maturité dépendra les outils

Il existe plusieurs façons de créer une boutique en ligne. Les CMS embarquent parfois leur propre système e-commerce. Par exemple Drupal dispose de Commerce, intégré à la plate-forme. Vous pouvez passer par des boutiques à intégrer : Magento, Prestashop. Il existe de nombreuses solutions d'éditeurs spécialisés : Oxatis, Myeboutique, PowerBoutique, Kingeshop. Les hébergeurs proposent aussi des solutions e-commerce (ex. : 1&1 avec les offres e-boutique). Bref, vous en avez pour tous les prix, toutes les technologies. Le développeur pourra s'orienter vers des plateformes de type Magento, Prestashop, Drupal, alors qu'un webmaster ou une petite entreprise pourra privilégier une approche plus clé en main, nécessitant peu ou pas de développement. Ensuite, la question est de savoir si vous créez votre boutique en interne ou en externe, par exemple via une agence web.

Si vous passez par des prestataires, attention à ne pas imposer un choix technique qu'ils ne maîtrisent pas ou mal. « Une agence fera un choix. Il ne faut pas que l'agence découvre une technologie (qu'elle ne connaît pas) », précise Sébastien Lucas (associé d'Oxalide). Sur les compétences, elles seront plus ou moins abondantes sur le marché, sans parler du niveau de maîtrise. Souvenez-vous que le développement et l'intégration d'une boutique peuvent se révéler rapidement complexe surtout si les librairies utilisées sont jeunes ou mal documentées. Il faudra alors redévelopper du code ou créer des glus fonctionnelles. « La qualité est disparate. Magento est très

propre mais lourd. D'autres solutions de e-commerce seront peut-être moins claires dans le code, les fonctionnalités, mais plus simples. C'est complexe car il faut penser à beaucoup de choses », poursuit Sébastien Lucas. Car finalement, on ne s'improvise pas VPCiste comme cela.

## Et l'hébergement ?

Autre élément à ne pas négliger, l'hébergement. Est-il en interne ou en externe ? Sur des serveurs mutualisés ou dédiés ? Il ne faut pas oublier que tous les hébergements ne possèdent pas le même niveau de support technologique et cela peut influencer le choix, et vous contraindre pour le choix des outils. L'administration doit être faite par une personne ayant des compétences. Administrateur ne s'improvise pas, surtout quand la boutique en ligne est en production. Chaque panne entraîne une perte de chiffre d'affaires. « Le cloud peut répondre à certaines problématiques. On peut déployer rapidement. Pour moi, c'est de l'hébergement même s'il est un peu particulier », conclut Sébastien Lucas. En France, les offres de serveurs dédiés sont très compétitives. A vous de bien calibrer vos besoins pour bien choisir.

Bref, n'oubliez jamais qu'un projet e-commerce demande une grande rigueur dans le cahier des charges pour éviter tout égarer dans le développement et n'hésitez pas à dialoguer avec les développeurs avant la conception pour discuter du concept, de ce que vous verrez, etc. Cela aidera la partie technique à mieux définir les besoins, voire, à corriger la réflexion de départ (par exemple ma boutique doit-elle être multi-devises et si oui, qui fournit les tarifs en devises ?).

■ François Tonic