



Les dossiers du e-commerce
n°3 : Les plateformes
e-commerce

Introduction	p.2
Comparatif des différentes plateformes	p.3
Bilan	p.117

Créer son site e-commerce, à chacun sa solution !

Difficile de se lancer dans l'aventure de la vente en ligne... Il y a une multitude de prestataires, de notions à comprendre et de partenariats à conclure.

La première étape, et sans doute la plus importante, est de choisir comment créer son site e-commerce. Selon vos projets et selon votre budget il y a plusieurs possibilités et donc, plusieurs interlocuteurs :

Les SSII (Société de Services et d'Ingénierie Informatique)

Les SSII regroupent des ingénieurs qui peuvent être missionnés pour des prestations informatiques. Les clients qui passent par des SSII sont souvent de grandes entreprises avec un budget allant de 50 000€ à plusieurs centaines de milliers d'euros pour la création de leur site de vente en ligne. Tout est réalisé sur mesure selon votre cahier des charges.

Les agences Web

Les agences de communication et les agences spécialisées dans les créations Internet s'adressent aux TPE, PME et éventuellement aux grandes entreprises.

Ces agences proposent des solutions sur mesure ou des intégrations de solutions Open-source (application distribuée librement et adaptable selon les besoins).

Une prestation de création de boutique en ligne est généralement facturée entre 5 000 et 20 000€ selon les options souhaitées par le commerçant.

L'investissement de départ est important pour une petite structure et peut très vite augmenter selon ses besoins. Par exemple, si vous souhaitez ajouter une nouvelle langue sur votre site alors que cela n'avait pas été prévu au préalable, l'agence Web sera obligé de vous facturer une nouvelle prestation correspondante au temps de développement.

Les plateformes e-commerce

Les plateformes e-commerce s'adressent généralement aux TPE et PME qui se lancent pour la première fois dans la vente en ligne.

Leur but est de fournir une solution mutualisée (conçue pour plusieurs boutiques à la fois et hébergée sur les serveurs de l'entreprise). C'est ce que l'on appelle une solution en mode ASP.

Toutes les plateformes fonctionnent sur le même principe, vous pouvez créer vous même votre boutique en quelques étapes et personnaliser le graphisme en utilisant les quelques modèles proposés ou en faisant appel à une entreprise pour créer une charte graphique sur mesure. Tous les commerçants d'une même plateforme disposent de la même interface d'administration leur permettant de faire vivre leur boutique (ajout de produit, gestion des stocks, etc.).

Les plateformes fonctionnent généralement par abonnement mensuel (le plus souvent entre 30 et 150€) et facturent, parfois, des frais de mise en service.

Il existe une multitude de plateformes e-commerce et il est très difficile de les comparer entre elles. Je vous ai donc préparé un dossier complet sur ces différentes plateformes afin que vous puissiez y voir plus clair.

Comparatif des différentes plateformes

Nom de la solution	Nb de clients	Cible	Coût	Principale caractéristique	Page
Amen	1500	TPE, PME	10 à 40€ / mois	Bénéficie d'un parc de 125 000 clients potentiels grâce à leurs solutions d'hébergement	p.5
BoutikOne	600	TPE, PME	30€ / mois	Une offre à 1€ / jour	p.10
BoutiqueBuilder	100	Sites existants faisant du volume	minimum 5000€ + 0,50 à 1,83€ / commande	Répond aux problématiques de gestion, de logistique et d'interfaçage	p.13
Businesshop	170	PME, administrations, grands comptes	entre 5 000 et 20 000€	Solution batie autour d'un noyau OSCommerce (solution open source)	p.18
ClicBoutic	1000	TPE, PME	De 100 à 300€ / an	Construit autour d'un OSCommerce (solution open source), le client reste propriétaire de sa boutique	p.23
CyberShop ASP	1450	TPE, PME	100€ / mois	Très complet (plus de 700 fonctionnalités)	p.26
Espace Boutik	10	TPE, PME	entre 1000 et 1200€ / an	Orienté vers le respect des standards (W3C)	p.29
ITIS Commerce	150	TPE, PME	400€ au départ + 99€ / mois	Bâti autour d'un noyau OSCommerce (solution open source)	p.34
Kiubi	-	TPE, PME	65€ / Mois	Une ergonomie très intuitive	p.40
Klik & Shop	-	TPE, PME	200€ + coût par transaction	Intègre directement une plateforme bancaire	p.45
Micrologiciel	600	TPE, PME, grands comptes	105€ / mois	Mises à jour hebdomadaires	p.50
OnWeb	1200	TPE, PME	5€ / Mo hébergé	La création du site est gratuite	p.58

Oxatis	3200	TPE, PME	entre 20 et 50€ / mois	Acun engagement de durée	p.62
Petite Entreprise En Ligne (PEEL)	670	TPE, PME	500€ la 1ère année, 150€ / an les suivantes	Beaucoup de solutions en matière de marketing (ventes flash, ventes privées, coupon anniversaire...)	p.68
PowerBoutique	2000	TPE, PME	entre 45€ et 150€ / mois	33 employés et un support téléphonique bien rôdé	p.71
Proxi-Store	50	Super et Hypermarchés	15 000€	Plateforme spécialisée pour les grandes surfaces	p.76
Rentashop	60	TPE, PME	100€ / mois	Une communauté pour vous aider : les rentashoppers	p.79
Shop Application	400	TPE, PME	890€ + 25€ / mois	Cette solution est disponible en marque blanche pour les agences web	p.86
ShopWeb	-	TPE, PME	15 000€ + 400€ / mois ou 3000€ / mois ou % sur transactions	Solution basée sur Enfinity d'Intershop, un progiciel international très puissant	p.91
Store Factory	550	TPE, PME	400€ + 50€ / mois	Les sites générés respectent les normes du web (W3C)	p.94
42 Stores	450	TPE, PME	3% du CA	Utilise un moteur de blog pour faire du e-commerce	p.98
Swim (.Abstrakt)	-	PME	Environ 10 000€	Site entièrement réalisé en flash	p.102
Ublo	100	Photographes professionnels	Entre 15 et 30€ / mois	Plateforme spécialisée dans la vente de photographies professionnelles	p.106
Ugal	-	TPE, PME	De 20 à 50€ / mois	Solution large pas uniquement centrée sur le e-commerce (blog, newsletter, FAQ)	p.111

Amen

(propos recueillis en octobre 2007, mis à jour en février 2008)

Les différentes plateformes e-commerce sont présentés par ordre alphabétique. Commençons donc par [Amen](http://www.amen.fr) (<http://www.amen.fr>). Cette société est surtout connue pour sa gestion des noms de domaine et ses offres d'hébergement. Depuis 1999, Amen a accompagné des milliers d'entreprises dans leur croissance alors, il y a 9 mois, ils ont tout simplement décidé de mettre à disposition une solution e-commerce hébergée.

Amen n'utilise pas leur propre solution. Leur offre est le fruit d'un **partenariat avec ePages**. Cette solution européenne est également utilisée par d'autres grands noms du web. Par exemple, c'est la même solution qui est proposée aux utilisateurs de [Lycos](http://www.lycos.com).



- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société (date de création, effectif, CA...)?

*“Accompagner le développement des entreprises en démocratisant l'accès aux nouvelles technologies, telles sont l'ambition et la réussite d'AMEN avec plus de **400 000 noms de domaine** gérés et **300 000 sites hébergés**.*

Depuis 1999, nous nous attachons à développer des solutions innovantes, faciles d'utilisation, fiables, à des prix très compétitifs dans un unique objectif : favoriser la présence de tous sur Internet.

*Depuis juillet 2005, AMEN est filiale du groupe **CLARANET**, l'un des principaux fournisseurs européens de Services Internet pour les entreprises, spécialisé dans l'hébergement et l'infogérance de plates-formes Internet et d'applications sensibles.*

Pionnier dans la création de Packs d'hébergement « tout en un », AMEN accompagne la croissance de plus de 150 000 entreprises sur Internet en développant de nouveaux services à valeur ajoutée : offres de référencement, formations, gestion de portefeuille de noms de domaine et plus récemment les offres e-commerce qui suscite un réel engouement des entreprises françaises...”

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ?

“Nous avons lancé nos offres e-commerce en mars dernier, en partenariat avec ePages, l'un des

principaux éditeurs européens de solutions e-commerce, qui nous fournit le noyau applicatif de l'offre. Depuis notre ouverture, plus de 3917 boutiques actives ont été installées en France, avec une moyenne de 300 boutiques mensuelles, en progression. Nous n'avons pas pour le moment accès au panier moyen de nos clients mais nous allons prochainement installer un baromètre afin d'analyser l'activité du cybermarchand et d'en ressortir les principales tendances.”

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Si cela n'est pas indiscret, pouvez vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

“Karinouchka.com, spécialisée dans la vente de bijoux

Luckystore.fr, site de vente de matériel de poker

Top-tennis.fr, boutique en ligne de sportswear spécialisée autour du tennis

harmonymaking.fr, boutique en ligne d'objets cadeaux design

lecomptoirdesfees.com, boutique dédiée aux travaux d'aiguilles

Dès que nous aurons mis en place le baromètre, nous ne manquerons pas de vous communiquer ces informations 😊 “

- A qui s'adresse votre solution ?

*“Notre offre e-commerce s'adresse principalement aux **TPE et PME de tous secteurs** qui ne disposent pas de compétences Internet en interne et qui sont conscients des formidables opportunités de croissance que peut leur apporter le Web en vendant leurs produits et services en ligne.*

Parmi eux, on distingue :

- Ceux qui ont un site institutionnel et qui souhaite évoluer vers le e-commerce

- Ceux qui ont un commerce de détail et qui souhaitent trouver un nouveau canal de vente qu'est le Web

- Ceux qui ont toujours rêvé gagner de l'argent en vendant des produits ou services dans le monde mais n'ayant pas les moyens financiers d'investir dans des baux commerciaux ni dans la gestion des ressources humaines.

Notre offre s'adresse également aux internautes, adeptes d'eBay, qui souhaitent créer une boutique professionnelle, personnalisable.

Enfin, elle séduit également les professionnels de l'Internet, telles que les Web Agencies qui peuvent revendre nos offres e-commerce en marque blanche.”

- Quel est le tarif de votre solution ?

*“Nous proposons 3 offres e-commerce évolutives allant de **9,99 € HT / mois à 39,99 € HT / mois** pour la solution premium. Fidèle à notre volonté de démocratisation du Web, nous offrons également sur tous nos packs commercialisés à partir de 12 €HT/AN, une solution e-commerce gratuite pour gérer un catalogue de 10 produits. Nos 125 000 clients bénéficient donc de cette solution et peuvent ainsi faire leurs premiers pas d'e-commerçants.*

L'internaute peut également tester gratuitement nos solutions e-commerce premium pendant 30 jours et sans engagement.”

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

*“Oui, nous proposons des **formations d’aide à la prise en main** de son pack e-commerce, commercialisées à 199 € HT ainsi qu’un **service web design** à 399 € HT proposant la personnalisation du design de la boutique après identification du cahier des charges.*

*Nous allons également prochainement proposer l’**option packagée de 7 langues** (français, espagnol, italien, anglais, allemand, néerlandais, portugais) associée à d’autres fonctionnalités pour environ 10 €/HT/mois.*

Suite à la demande de nos clients, nous proposons également de nouveaux services d’accompagnement et d’aide à la création de la boutique en ligne :

- Le service e-Commerce Manager commercialisé au prix de 699 € HT : un professionnel prend en charge le paramétrage de la boutique, depuis la mise en place des produits et des modes de paiement jusqu’à la mise en place des emails automatisés.*
- Le service e-Commerce Manager + commercialisé au prix 999 € HT comprenant les prestations des services “webdesign” et celles du service “e-Commerce Manager”.*

- D’après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

“La solution e-commerce premium chez AMEN commercialisée à 39,99 € HT/mois propose les principales fonctionnalités requises pour créer un site marchand professionnel ainsi que de nombreux outils de promotion : référencement de la boutique en un clic sur les principaux guides d’achat : Kelkoo, leguide.com, shopping.com, sur la place de marché eBay ainsi que sur Google sous forme de liens sponsorisés grâce à un bon d’achat offert de 75 € HT.

Ensuite pour la mise à jour du site, il faut investir dans du temps homme.”

- Justement, qu’offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

*“Nos offres e-commerce permettent de référencer son catalogue produit en un clic sur les **principaux guides d’achat** avec des avantages clients exclusifs sur Kelkoo (3 000 clics offerts), leguide.com (100€ de clics offerts sur le référencement prioritaire), shopping.com (jusqu’à 200 euros de clics offerts) ainsi que sur la place de marché eBay. Grâce au partenariat mis en place avec GOOGLE, nous offrons également à nos cybermarchands **jusqu’à 75 € de clics offerts** pour faire la promotion de leur boutique sous forme de liens sponsorisés. Nous avons également noué d’autres partenariats avec les guides d’achat tels que Ciao et Pangora.*

En matière de référencement, outre les fonctionnalités permettant de publier le catalogue produits vers ces sites externes, chaque catégorie et produit contient des champs à renseigner permettant de rendre le référencement plus précis et efficace. De plus, un outil de soumission du site sur Google est intégré dans la solution afin de déclencher le référencement sur ce moteur.”

- Qu’offre votre solution en matière de marketing ?

*“Sur la version Premium, les utilisateurs peuvent facilement et rapidement **créer et diffuser des newsletters personnalisées** sur leurs bases clients et prospects. De plus, les visiteurs de ces*

*boutiques peuvent envoyer des recommandations produits par email directement depuis le site. Les commerçants peuvent de plus créer des campagnes de coupon de réduction ou fidélisation, par produit ou par type de produit, envoyés directement aux clients ou via les newsletters. Enfin, l'**interfaçage avec eTracker** permet au commerçant de mesurer l'impact de son site par le biais de statistiques détaillées sur les différentes pages du site. Pour finir, des outils de vente croisée manuels ou automatiques permettent d'accroître aisément la valeur du panier moyen et générer plus de revenu pour le commerçant."*

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

"Aucunes !"

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

"Tout à fait. En complément de l'aide en ligne disponible dans l'interface d'administration, tous nos clients bénéficient d'un support technique par mail avec un temps de réponse moyen de 4H. Ils ont également la possibilité d'avoir un interlocuteur dédié par téléphone pour 5 € HT/mois. Nous proposons également des formations d'aide à la prise en main du pack e-commerce commercialisée à 199 € HT ainsi qu'un service web design à 399 € HT proposant la personnalisation totale du design de la boutique après identification du cahier des charges."

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne (à parti du moment où il s'inscrit sur votre site) ?

"Dès réception du règlement, le pack est activé en 1 heure !"

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

"Notre solution propose une cinquantaine de modèles de site personnalisables à l'infini (couleurs, photos...). Le cybermarchand a également la possibilité de personnaliser entièrement la structure du site et d'y intégrer des bannières publicitaires par exemple."

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

Oui elle évolue en moyenne tous les trimestres en fonction des demandes de nos clients et bien entendu toutes les nouvelles fonctionnalités sont proposées à l'ensemble de nos clients. La première évolution a notamment permis d'intégrer Sips-Atos et CyberMut comme modes de paiement, la prochaine évolution interviendra avant la fin de l'année et permettra aussi de procéder à des exports de la base clients ainsi que d'autres modes de paiement et l'évolution prévue pour la fin du 1er trimestre 2008 apportera une refonte en profondeur de l'interface d'administration et de très nombreuses nouvelles fonctionnalités.

Par exemple, depuis octobre, d'autres fonctionnalités ont été rajoutées à nos solutions e-commerce :

l'outil Heatmaps qui permet de connaître les zones les plus cliquées d'une même page, l'outil de statistiques avancées eTracker, le changement de devises dans le panier, la fonction Imports/Exports de clients, produits ou catégories, la gestion de listes de prix et remises sur volumes, ..., et nous proposons désormais le système de paiement en ligne ClickandBuy.

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

"Pas de blog pour le moment mais un forum sur lequel nous communiquons quotidiennement avec nos clients."

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

"Le prix : Vous pouvez faire vos premiers pas d'e-commerçant à partir de 1 € HT/mois. La solution haut de gamme est commercialisée à moins de 40 €HT/mois.

***La simplicité d'utilisation** : aucune connaissance technique requise*

***La richesse des fonctionnalités** : solutions de paiement intégrées des principales banques françaises et PayPal standard et Express Check-out, paramétrage multilingue et multi-devises, gestion des promotions, liste de diffusion newsletter, gestion de la TVA, profiling, outils de CRM, paramétrage des zones coûts et délais de livraison, gestion des stocks, statistiques de fréquentation, import/export des bases de données, suivi de livraison UPS outils de promotion sur Google, les guides d'achats, eBay etc. + outils web 2.0 : blog et forum inclus...+ espace d'hébergement web dynamique jusqu'à 5 Go supplémentaire offert + jusqu'à 1000 comptes de messagerie + nom de domaine inclus)*

***La personnalisation** : charte graphique, structure du site etc.*

***La fiabilité** : Nos offres e-commerce sont hébergées sur notre data center entièrement sécurisé et redondé, allié à un réseau de premier ordre puisque le réseau de ClaraNet est parmi les plus développés en Europe, gage de disponibilité et de rapidité d'accès*

***L'évolutivité** : nos offres évoluent très régulièrement et chaque nouvelle fonctionnalité est directement mise à la disposition du client sans la moindre intervention de sa part.*

***Notre expertise** : notre métier initial est l'hébergement. Nous maîtrisons par conséquent toutes les problématiques liées à l'infrastructure et l'infogérance de serveurs."*

- Quelles sont les limites de votre solution (nombre de produits, localisation ou autre) ?

"Le nombre de références produits est limité à 5000 et le nombre de catégories à 500. De nouveaux packs e-Commerce verront très probablement le jour, permettant de dépasser allègrement ces limites."

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

"Oui, pendant 30 jours et sans engagement sur notre site : www.amen.fr"

BoutikOne

(propos recueillis en Octobre 2007)

The screenshot shows the BoutikOne website interface. At the top, there is a header with a shopping cart icon, the text 'VOTRE CADDIE', a phone number 'Hotline: 0870447590 / 0870405084 (tarif local France non surtaxe)', and '0 article dans votre caddie'. Below the header is the BoutikOne logo and the tagline 'La solution e-commerce complète...'. A navigation menu includes 'Accueil', 'Fonctionnalités', 'Démon', 'Nos offres', 'Revendeur/Affiliation', and 'Support'. The main content area is titled 'Abonnement BoutikOne®' and features three subscription options, each with a 'BoutikOne' software box image and an 'EN SAVOIR PLUS' button:

- Licence BOUTIKONE N°1 à vie**: Licence seule, 280.00 Euros HT.
- Licence BOUTIKONE N°2 à vie**: Licence + installation, 360.00 Euros HT.
- Licence BOUTIKONE N°3 à vie**: Licence + installation + hébergement, 480.00 Euros HT.

Below the subscriptions is a section titled 'BOUTIKONE EN LOCATION' with a '1€/jour' badge. The text reads: 'Ouverture de votre compte avec 1er mois et achat du nom de domaine OFFERTS. Location pour 1 €/jour soit 29,78 euros TTC/mois les mois suivants. EN SAVOIR PLUS'.

La société

Elle a été créée en 1999 sous le nom "WMH International" (BP 60 – 92253 LA GARENNE COLOMBES).

La solution BoutikOne

La solution BoutikOne (<http://boutikone.com>) existe depuis 2004 et compte aujourd'hui environ 600 clients.

Quelques exemples de site BoutikOne :

- Pur-Café.com
- Modelisme-Mania.com
- PromoThailande.com
- BijouxdAnge.com
- AccessoiresNEC.com

A qui s'adresse BoutikOne ?

BoutikOne s'adresse en priorité aux **moyennes et petites entreprises**, créateur d'entreprise, salarié, commerçant, e-commerçant venant d'ebay, retraités, ou tout autre personne souhaitant un complément de revenu rapidement.

BoutikOne s'adresse aussi bien aux débutants qu'aux experts et **aux petit budgets** (offres adaptées), et **souhaitant une mise en place rapide** (offre clef-en-main).

Les tarifs :

Pour l'acquisition d'une licence (la boutique est à vous, à vie), il faut compter **entre 280 et 480 euros**. L'offre d'abonnement (1 an minimum) est proposée à **environ 1 euro TTC par jour**.

Il y a des options payantes comme :

- l'installation de paiements bancaires sécurisés
- un design sur mesure
- des dépannages divers

Projet e-commerce sur BoutikOne :

Si l'on prend l'offre de licence seule à 280 euros et que le reste est pris en charge par le gérant de la boutique, il faut rajouter le prix de l'hébergement (prix annuel) et d'un moyen de paiement virtuel (frais d'ouverture + commission par transaction, selon le type de paiement choisi) Paypal, Bluepaid, Ogone, 1Euros.com, Paysitecash, Eurowebpayement installé par défaut ou d'un paiement bancaire d'une banque française (installation bancaire BoutikOne payante 225 euros + frais d'ouverture de la banque).

La charte graphique peut être réalisée par le client ou par BoutikOne sur option.

L'offre BoutikOne en matière marketing :

Vous pouvez voir la [liste des fonctionnalités marketing](#) sur le site.

Au niveau du référencement, il y a deux choses :

- des mots clefs à remplir en administration
- le système [IPOS](#) (point de vente via site affilié au site principal)

Compétences requises :

Il faut quelques **bases en informatique** (bureautique, navigateur) et du bon sens...

Aide et support :

- Documentation téléchargeable
- Hotline
- Support technique en ligne (forum)

Délais d'utilisation :

La boutique est **utilisable immédiatement** si vous prenez la licence seule ou dans la demi-journée si l'installation est réalisée par BoutikOne.

Graphisme :

- Css intégré et modifiable
- Images modifiables (accès total aux fichiers et code source)
- Boutique entièrement personnalisable par le client de manière autonome

Si besoin :

- Option payante kit graphique, [voir le site spécial design](#)
- Option payante design sur mesure

Voir le [résumé des options design](#) sur le site

Evolutivité de la solution :

- Accès gratuit et 24h/24 à la dernière version : lien de téléchargement du script à réinstaller soi-même
- Possibilité de mise à jour payante par l'équipe BoutikOne dans le cas où le client n'a pas modifié le code source
- Evolution en fonction des tendances significatives du e-commerce et de ses lois (exemple : intégration de la taxe D3E)

Vous pouvez consulter les nouveautés Boutikone dans les pages du site internet ([page d'accueil](#), [page évènement](#)).

BoutiqueBuilder

(propos recueillis en Septembre 2007)

A l'origine, la solution [Boutique Builder](http://www.boutiquebuilder.com) (<http://www.boutiquebuilder.com>) a été créée en 2001 pour Clust.com (qui, à cette époque, était un des principaux sites marchands français). C'est donc une **solution adaptée aux sites qui font pas mal de volume** (la moyenne de leurs clients se situe à 2500 ventes par mois). En fait, je ne conseillerais pas Boutique Builder uniquement pour leur système de boutique en ligne. Là où l'entreprise se différencie c'est surtout du côté du **conseil**, de la **gestion commerciale et logistique** et des **différents interfaçages possibles** avec des systèmes informatiques complexes.

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

*“La société a été créée en Mars 2003, elle compte actuellement **8 personnes** (2 recrutements en cours) pour un chiffre d'affaire en 2006 de **415K€** (730 prévus en 2007)”*

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ?

“La solution BoutiqueBuilder a été créé en 2001 pour un important site marchand de l'époque, Clust.com. Un peu avant la fusion entre TopAchat et Clust en Mai 2003, nous avons créé notre société dans le but de commercialiser Boutiquebuilder.

Grâce à l'appui de Topachat, nous avons pu acquérir l'intégralité des droits sur BoutiqueBuilder en

juillet 2003, s'ensuivit une année de travail afin de rendre le produit industriel et adaptable à tous les cas de figure du commerce électronique.

L'offre a été officiellement lancée en janvier 2005."

- Combien de clients comptabilisez-vous ?

"Un peu plus de cent. Nous en avons 2 à 4 nouveaux chaque mois."

- Si cela n'est pas indiscret, quel est le panier moyen des boutiques de vos clients ?

"**146 euros** hors taxes (base CA total des clients actifs / nombre de client sur 1 an). Il varie très peu (1 euro d'écart sur 6 mois)."

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ?

"Textile : homwear.com

electroménager : etrouvetout.com

Loisirs : nootica.fr

Sport : mistersport.com

Accessoires : dateka.com

Moto : ixtem-moto.com

Jeux vidéo : shop.fr.atari.com

..."

- Si cela n'est pas indiscret, pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

"La moyenne est de 2500 ventes/mois quand on enlève les extrêmes. après cela varie de 100 par mois à plus de 60.000 ventes/mois."

- A qui s'adresse votre solution ?

"La solution s'adresse aux sites répondant à trois cas de figures :

- Une problématique de **gestion** : Suivi des ventes, embauche de personnel (informatique, administratif...) qui ne serait pas nécessaire avec l'automatisation de Boutiquebuilder
- Une problématique de **logistique** : Mise en place d'une logistique performante et/ou d'une meilleure maîtrise des stocks et/ou d'une logistique externalisée
- Une problématique d'**interfaçage** : Interfaçage avec des systèmes informatiques complexes (Sap, Baan, Oracle, Navision, Axapta, spécifique...)

BoutiqueBuilder est plutôt **destiné aux sites faisant du "volume"**, donc existant ou dont le potentiel du site a convaincu notre équipe."

- A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

"Il faut compter un budget réaliste de 5000 euros, intégration graphique comprise."

- Quel est le tarif de votre solution ?

"Nos services incluant toute la prestation (machines, hébergement, assistance, astreinte, bande passante, logiciels), nous avons choisi un modèle de facturation ASP variable en fonction du nombre de ventes du marchand, avec un minimum de facturation qui nous garantis que le site est bien marchand..."

Le tarif à la commande varie de 1.83 à 0.50 €, tarif public en fonction du volume de vente du site."

- Y a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

"Pas d'option à proprement parler, par contre les coûts pré-lancement (charte graphique, intégration, développements spécifiques, interfaces...) sont facturés au client.

A savoir que nous offrons les interfaces destinées à augmenter les ventes (exemple : marketplace de rue du commerce, mise en place de receive and pay ou Fia Net...)"

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

"Difficile de vous dire puisque nous ne faisons ni conception de charte graphique (c'est un autre métier), ni web-marketing (la encore c'est très spécialisé).

En moyenne, un site sans interface informatique nécessite un budget de 7500 € HT pré lancement et 6000 euros par an en exploitation avec BoutiqueBuilder. A comparer avec le salaire d'un informaticien puisque avec BoutiqueBuilder pas besoin d'en avoir.

Sur les opérations complètes (en sous traitant les opérations de charte graphique), il faut compter dans les 15.000 euros."

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ?

"La promotion et la communication ne sont pas nos métiers, aussi nous incitons nos clients a travailler avec des sociétés dont c'est le cœur de métier et qui sauront mieux que nous gérer leur web-marketing. La majorité de nos clients, aussi bien petits sites que grands comptes, travaillent avec notre partenaire cibleweb.com.

*Après, nous offrons un panel de **fonctions destinées à accompagner les opérations** (couponing divers et varié, goodies, cadeaux, ...) et à les suivre (CA généré par opération, canaux de distribution...)"*

- Et en matière de référencement ?

*"Coté référencement, les sites sont en **url rewriting** de base, adapté aux désirs du client, tout en observant les règles de l'art pour le référencement naturel. Pour les clients dotés d'une agence de web-marketing, nous demandons un brief d'optimisation pour modifier les pages, mais généralement*

ce sont nos clients qui réalisent cette opération (ils ont accès à 100% du code HTML)”

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

*“Des **compétences en gestion commerciale et logistique**. Maintenant ce que nous attendons le plus comme compétence des utilisateurs c’est savoir bien acheter et bien gérer !”*

- Y a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d’une boutique ?

“Pour la partie Boutique en ligne il y a une documentation sur notre site.

*En fait, nous privilégions la prise d’expérience; **une formation est dispensée en fonction des besoins**, du budget et du niveau du client, ensuite nous sommes la pour l’assister dans l’utilisation jusqu’à ce qu’il soit 100% opérationnel.*

*BoutiqueBuilder comprend des **centaines de fonctionnalités** (commandes d’achats, déclarations d’échanges de bien, ...) et généralement le client arrive à comprendre le fonctionnement de façon intuitive au bout de quelques jours.*

*A savoir que **la première intégration d’un site est TOUJOURS faite par nos équipes**, un site qui se lance doit être 100% opérationnel et prêt à être pris en charge par le client. Un site mal réalisé au départ est lourd à maintenir...”*

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne (à partir du moment où il s’inscrit sur votre site) ?

“Le back-office quasi immédiatement si il n’y a rien de spécifique. Le front office (boutique en ligne), entre deux et trois semaines après fourniture de la charte graphique.”

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

“C’est très simple : Aucune contrainte graphique !

Il y a des pages types, homepage, univers, fiche produit, panier, etc etc rien que des choses très classiques, après au niveau du contenu on peut aussi faire ce que l’on veut...

Pas de limite à l’imagination des créatifs :-) “

- Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

“Oui, oui, tous les jours !

En fait, chaque évolution est validée par un ou deux clients privilégiés, puis les autres clients souhaitant en bénéficier n’ont qu’à le demander, sauf quand c’est automatiquement installé.

Par exemple, pour mettre en place son catalogue sur la marketplace de rue du commerce, il suffit de contractualiser avec RDC (qui nous contacte) et nous nous occupons de tout. C’est la dernière évolution en cours, le premier client est dessus depuis le lancement de la marketplace.”

- Y a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

“Non malheureusement par manque de temps...”

- Quels sont, d’après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi vous choisir ?

“Pour notre capacité à comprendre une problématique et à savoir y répondre.

Nos collaborateurs ont une longue expérience du e-commerce et connaissent non seulement les rouages de l’activité mais aussi tous les aspects de gestions associés à une activité classique de vente, et pas seulement à une problématique de “boutique en ligne”...

Le principal avantage de notre solution est de permettre au chef d’entreprise de maîtriser ses charges de personnel en enlevant toutes les tâches inutiles ou ingrates, de maîtriser ses données, son stock, ses ventes...”

- Quelles sont les limites de votre solution ?

“Pas de limite en nombre de produits ni autre en terme de données...”

Coté localisation, nos clients vont du canada à la turquie...

Le back-office est en français et en anglais, le client peut même le traduire dans une autre langue si il en a le courage...

Le front office est multi-langue, multi-pays, multi-devise...”

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

*“Dans l’absolu **on peut tester notre solution gratuitement**, mais sur demande et à conditions que le projet soit sérieux car c’est du travail...”*

Généralement nous faisons des démonstrations car hormis la partie front office que tout créateur de site maîtrise, nous avons une gestion commerciale très fournie et qui sans explication n’est pas exploitable.”

Businessshop

(propos recueillis en Octobre 2007)

Businessshop (<http://www.businessshop.com>) de l'entreprise Synolia, **bâtie autour d'un noyau OS Commerce** (plateforme e-commerce open source), a été lancée en 2001. Avec la mise en place de technologies exclusives, cette solution peut s'adresser à des clients qui ont des besoins très spécifiques. Le budget moyen pour s'attacher les services de Synolia est compris entre 5 et 20 000€.



- Pouvez vous nous en dire plus sur votre société ?

*“Nous proposons notre solution e-commerce au travers de l'offre Businessshop, que nous avons bâtie autour d'un **noyau oscommerce** depuis 2001. Synolia englobe depuis 2004 toute notre activité E-commerce + CRM (un sujet intéressant dont nous pourrions peut être reparler un jour .. 😊). Nous sommes actuellement une quinzaine de personnes pour un chiffre d'affaire de l'ordre de **700 000 €**. “*

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez vous chaque mois ?

*“Nous équipons aujourd'hui près de **170 clients** et la particularité de notre activité e-commerce est qu'aujourd'hui nous pouvons choisir les projets sur lesquels nous souhaitons travailler. Nous avons mis en place un certain nombre de technologies, certaines exclusives qui nous permettent d'adresser certaines catégories spécifiques de clients. “*

- Pouvez vous nous donner quelques exemples de clients ?

“Nos plus gros clients sont des comptes spécifiques type administration ou grands comptes qui utilisent nos solutions pour leurs prises de commandes internes et génèrent plusieurs milliers de commandes mensuelles.

Quelques exemples de clients :

<http://www.mofline.com> (instruments de musique)

<http://www.sportsaga.com> (sport vintage)

<http://www.hamalin.com> (achats groupés)

<http://www.offre-reservee.com> (vente privée)

<http://www.littlebolide.com> (miniatures automobile)”

- A qui s’adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s’adresser à vous ?

“Nos solutions s’adressent à tout type d’entrepreneurs : le **créateur d’entreprise à petit budget** souhaitant une solution standardisée mais disposant de suffisamment de services personnalisés, notamment en terme de design pour lancer efficacement son activité. Le porteur de projet ayant un cahier des charges précis, nous permettant de lui proposer une **solution sur mesure**. Le grand compte ayant une volumétrie importante et nécessitant pour cela une architecture technique sans faille (hébergement, montée en charge, sécurisation accrue etc..). Enfin nous nous spécialisons aujourd’hui dans les solutions métier avec notamment diverses solutions verticales permettant d’équiper certains secteurs d’activité ayant des **besoins particuliers** (secteur de l’édition, vente de vin en ligne ...) ou ayant des **contraintes techniques spécifiques** (couplage CRM, couplage ERP etc..)”

- Quel est le tarif de votre solution ?

“Nous réalisons des projets à **partir de 3000 €**, ce qui correspond à des solutions packagées mais disposant de prestations spécifiques (comme une charte graphique originale par exemple) mais notre cœur d’activité est constitué aujourd’hui de projets e-commerce dont le budget moyen est situé **entre 5K€ et 20 K€**.”

- Y’a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

“L’offre est constituée autour d’un noyau technologique que nous faisons évoluer régulièrement augmentée de tous les développements spécifiques que pourraient souhaiter nos clients qui sont chiffrés sur la base d’une expression de besoins.”

- D’après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

“La promotion du site est une enveloppe budgétaire à part entière. Inutile de faire réaliser un site techniquement et esthétiquement parfait sans la promotion nécessaire associée, et réciproquement. Un minimum de **2500 - 3000 euros** pour la réalisation du site semble indispensable pour avoir un site de caractère sortant de l’ordinaire. En sus prévoir un budget promotion/référencement correspondant au marché attaqué et aux objectifs.”

- Qu’offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

“Nous proposons une solution technique. Les prestations de référencement viennent donc en

complément (nous pouvons l'intégrer travaillant en étroite collaboration avec 2 ou 3 des principaux référenceurs en France ou intégrer l'offre choisie par notre client..). Techniquement donc, notre solution bénéficie bien entendu de l'**url rewriting** permettant un bon travail de la part du référenceur et de fonctionnalités permettant une **optimisation des mots clés sur les fiches produits**. Nous proposons également des fonctionnalités de **statistiques** concernant les recherches effectuées par les visiteurs sur le site permettant de mieux cibler les campagnes de communication. A cela s'ajoute l'intégration d'outils comme Google Analytics qui viennent accompagner le client dans la gestion de sa promotion. Enfin nous réalisons des exports vers la quasi-totalité des moteurs de comparaison de prix mais aussi vers des services spécialisés dans le domaine du client."

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

"Nous intégrons des outils de **publication de Newsletters** permettant des communications régulières. Ceci accompagné de fonctionnalités statistiques permettant de connaître le taux de fidélisation de la clientèle."

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

"Aucune en particulier si ce n'est la connaissance de l'outil internet en tant que tel et l'utilisation d'outils de rédaction de type word car ils vont devoir mettre à jour leur catalogue par le biais d'interfaces graphiques wysiwyg (simili word...)."

- Y'a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

"Nous accompagnons le client pendant toute la mise en place de son projet. Ainsi pendant que nous équipe réalise le site, nous fournissons un kit projet au client lui permettant de maîtriser l'administration de son site et la préparation de son catalogue. De plus nous fournissons une **documentation utilisateur en format PDF**, ouvrons à chacun de nos clients un accès à notre **FAQ en ligne** et enfin, sur demande nous pouvons proposer des sessions de formation (inutile dans 95% des cas)."

- En combien de temps le commerçant peut il utiliser sa boutique en ligne (à partir du moment où il s'inscrit sur votre site) ?

"Le délai de réalisation moyen d'un projet est d'**1 à 2 mois**. Ce délai est nécessaire à notre équipe pour concevoir le site mais aussi au client pour préparer son catalogue."

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

"Nous ne proposons plus de systèmes de templates depuis 2004 car nous considérons que le résultat n'est pas suffisamment personnalisé pour

1) correspondre aux attentes du client

2) démarquer le site de ses concurrents et donc au final assurer la réussite du projet.

Nous réalisons donc une charte graphique sur mesure pour chaque projet. Il n'y a quasiment

aucune limite en terme de réalisation graphique si ce n'est le budget du client (une charte full flash au delà des considérations techniques est très consommatrice en terme de ressources et donc coûte plus chère qu'une charte traditionnelle par exemple).”

- Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

“Notre solution évolue régulièrement, d’abord **au niveau de la sécurité** : aucune solution n’est infaillible, nous réalisons des mises à jour sur nos serveurs de manière indolore pour nos clients, ces mises à jours sont régulières (parfois quotidiennes). Les **mises à jour fonctionnelles** dépendent de la solution dont dispose le client. Un site très personnalisé disposera de fonctionnalités pas forcément compatibles avec nos évolutions (notamment lorsque ca touche la gestion tarifaire etc..) les évolutions sont donc fonction de la solution en place chez le client mais nous faisons évoluer régulièrement nos outils en essayant toujours d’intégrer les dernières fonctionnalités et les dernières technologies (ajax etc..)”

- Y’a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

“www.businessshop.com mais comme tous les cordonniers, nous sommes mal chaussés. Notre site n’évolue que lorsque notre activité nous en laisse le temps et cela est très rare 😊 pour vous donner un scoop SYNOLIA.COM va très bientôt (quelques jours) évoluer en V2 et présentera plus en détail notre activité e-commerce. BUSINESSSHOP, dédié uniquement à notre activité e-commerce évoluera dans un second temps mais la refonte d’un site est très chronophage.”

- Quels sont, d’après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

“Peut être parce que nous avons été des **pionniers dans le domaine de l’e-commerce Open Source Professionnel**. En 2001 les prestataires pro sur ce type de technologies se comptaient sur les doigts d’une main, ce qui nous à permis d’acquérir une très forte expertise au fil des années. Ensuite, peut être aussi parce que notre outil est ‘rodé’ : Nous le développons depuis 6 ans en le faisant évoluer constamment, c’est donc aujourd’hui le résultats de longues années d’évolutions qui en font je pense l’une des meilleures solutions e-commerce du marché, en terme de fonctionnalités, de sécurité et de performance. Ensuite parce que nous avons fait le choix de l’**acquisition du site par nos clients** et non pas d’une solution locative qui malgré tout n’a absolument aucun intérêt pour le client. Enfin le fait de proposer des solutions innovantes dédiées à certaines activités (je pense notamment à OscXchange qui est la seule alternative du marché, outre la solution de l’éditeur, permettant de réaliser une ‘véritable’ synchronisation avec Sage Gestion commerciale ligne 100, utilisée par des milliers de PME en France...Nous avons été primés aux trophées E-commerce en 2007 à ce sujet...). Enfin je pense que le gros atout que nous avons développé est que **nous accompagnons véritablement nos clients dans leur démarches projets**. Depuis des années nous intervenons en apportant des conseils pointus dans la mise en place d’un projet e-commerce et c’est une véritable particularité de notre structure...les entrepreneurs ne viennent pas chez nous pour un prix mais parce qu’ils cherchent un partenaire long terme... nous avons acquis une certaine réputation de ‘qualité’ et en

sommes très fiers...Aujourd'hui près de la moitié de nos nouveaux clients viennent sur conseil de clients déjà en compte chez nous. Certains de nos clients nous ont confiés successivement jusqu'à 5 ou 6 projets e-commerce, c'est un gage de sérieux indéniable et une formidable carte de visite pour nos solutions. C'est aussi pour cela que nous faisons peu de salon 😊 “

- Quelles sont les limites de votre solution ?

“Pas de limites particulières si ce n'est la clairvoyance des développements souhaités par l'entrepreneur : certaines fonctionnalités ne peuvent être mise en place sur un site e-commerce d'un point de vue pratique, je pense notamment à tout ce qui obligerait à valider manuellement une transaction, ce qui par définition, doit être évité dans un projet e-commerce. Comme nous maîtrisons 100% du code source nous pouvons faire évoluer l'application comme le souhaite le client. Au delà de cela il n'y a pas de limites en terme de produits, de catégories de produits, de localisation, de systèmes de paiement, de profils clients...”

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

“Nous proposons une démonstration en ligne qui permet d'aborder le 'standard' de notre solution au travers du site démo <http://demo.businesshop.com>. Cette version n'est pas la plus récente (toujours pour les raisons évoquées plus haut...manque évident de temps pour les évolutions 'internes') mais permet d'aborder une bonne partie des fonctionnalités standard de notre outil. Une V3 sera mise en ligne au lancement du nouveau site synolia. Il n'y a pas de limite en terme de 'test'.”

ClicBoutic

(propos recueillis en Octobre 2007)

Créée en mai 2005, [Clicboutic](http://www.clicboutic.com) (<http://www.clicboutic.com>) a su trouver sa place sur le marché des solutions d'e-commerce grâce à son offre basée sur « osCommerce » qui comporte ses avantages et inconvénients. Clicboutic se différencie notamment par une approche différente au niveau de l'engagement contractuel. Effectivement, chez Clicboutic, le client est propriétaire de sa boutique et peut, en cas de résiliation du contrat ou de non renouvellement, récupérer sa boutique. Ils misent donc sur la qualité de leurs services pour fidéliser leurs clients. Clicboutic compte désormais plus de 1000 clients qui sont essentiellement des artisans, des TPE ou des PME.

NOUVEAUTES

98 % de clients satisfaits.

Pourquoi pas vous ?
Votre site marchand en 48 H

CLIENTS AJOUTER A VOS FAVORIS

NOTRE SOLUTION | VOTRE BOUTIQUE VIRTUELLE | NOS PACKS | CLICBOUTIC | COMMANDER

A PARTIR DE 20 € / MOIS

- Nom de domaine
- Boutique virtuelle
- Paiement CB
- Référencement
- Gestion des stocks
- Catalogue illimité
- Suivi clients
- Multilangues
- ...

1
une solution
e-commerce
complète !

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Notre société a été créée en mai 2005. Son effectif compte une petite dizaine de personne et son chiffre d'affaires mensuel qui est en forte progression ces derniers temps oscille entre 20 et 30 k€. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Notre solution e-commerce a été créée en mai 2005 et nous venons de franchir la barre des 1000 clients. Nous avons un afflux de 50 à 100 nouveaux clients par mois. Le panier moyen des clients se situe aux alentours de 200€. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Parmi nos clients, nous avons notamment:

dk-micro.com

Cadeauplaisir.fr

Aeromodel.fr

Mountainboard-shop.fr

Dresstor.com

Certains clients font plus de 30 k € de CA / mois. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Notre solution s'adresse plus particulièrement à des artisans, des TPE ou PME. On peut s'adresser à nous à partir de 100 €. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« La fourchette tarifaire de notre solution s'établit entre 100 et 300 € par an. »

- Y a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Nous ne proposons pas d'options payantes. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Actuellement, il faut compter environ 1000€ avant de se lancer dans le e-commerce. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Notre solution est optimisée pour un référencement optimal. Nous proposons un référencement compris dans nos packs. Nous proposons également une campagne de promotion par bannière gratuite et 100 € de clics chez leguide.com. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Aucune connaissance spécifique en informatique n'est requise. »

- Y a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Nous proposons une documentation en ligne, des séquences vidéos ainsi qu'une hotline téléphonique. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne (à partir du moment où il s'inscrit sur votre site) ?

« Il faut compter de 3 à 24 heures. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« La boutique est livrée avec 5 kits graphiques personnalisables via l'interface d'administration ou en modifiant les codes sources. Nos graphistes peuvent vous aider à personnaliser ces templates ou en réaliser un. Des templates supplémentaires sont disponibles. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Nous effectuons des mises à jour sont effectuées environs tous les 2 mois, et tous les clients peuvent en profiter. »

- Y a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Oui, sur blog.clicboutic.com. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Le principal avantage est la simplicité d'utilisation puisqu'aucune connaissance en informatique n'est requise, ensuite il y a l'aspect complet de notre boutique (nom de domaine, module de paiement CB, référencement, marketing, hébergement, etc.) et les nombreuses fonctionnalités proposées. Notre solution est ouverte et de nombreux développements et améliorations sont ajoutés régulièrement (communauté osCommerce très active).

Enfin, parmi les arguments les plus importants dans le choix de notre solution, il y a surtout le prix et le fait que le client reste propriétaire de sa boutique. C'est à dire qu'il n'est pas engagé contractuellement avec nous et est libre de partir quand il le souhaite. C'est à nous de lui proposer le meilleur service pour le fidéliser. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Il n'y a pas vraiment de limites (nombre de produits et de catégories illimités). »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Bien sûr, une démonstration gratuite pendant 15 jours est disponible en remplissant le formulaire sur notre site. »

CyberShop ASP

(Propos recueillis en Mars 2008)

La solution CyberShop ASP (<http://www.cybershopasp.com>) est très complète puisqu'elle se vante de proposer plus de 700 fonctionnalités différentes ! Il s'agit d'une des premières solutions en mode ASP apparues en France.



Pouvez vous nous en dire plus sur votre société ?

"Date de création : Juin 1998

Effectif : 5

CA : 350 K€ "

**Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez vous ?
Combien de nouveaux clients comptabilisez vous chaque mois ?**

"La solution existe depuis 1998

Nombre de clients France : 350

Nombre de clients Monde : 1450

Dont 4 à 6 nouveaux clients par mois"

Pouvez vous nous donner quelques exemples de clients ?

"<http://morgandeto.com>

<http://www.chemise-homme.com>

<http://www.tictactime.com>

<http://www.charmingrose.com>

<http://www.astronome.fr>

<http://www.ominfo.com>"

A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

"PME/PMI, TPE et Grands comptes

Elle s'adresse à tout type de client avec ou sans connaissance HTML "

Quel est le tarif de votre solution ?

"100 euros / mois en mode location ou 1490 en mode acquisition.

La licence est gratuite pour les associations.

25% de remise pour les créateurs d'entreprise"

Y'a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

"Non, mais des prestations spécifiques peuvent être payantes (création charte graphique, référencement...)"

D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer

"Dans le e-commerce ? (en comptant le tout : charte graphique, site, promotion, entretien du site...)

Pour réussir, il faut un budget de 10 000 euros dont la moitié est réservé pour la communication "

Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

"Ouf la liste est longue, CyberShopASP contient en standard 700 fonctionnalités, c'est la solution la plus complète sur le marché. Un pdf des fonctionnalités est téléchargeable ici :

<http://www.cybershopasp.com/site/shopdisplaycasfeatures.asp>"

Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

"Pas vraiment de grandes compétences techniques, mais de la pratique. Il faut s'intéresser à son site et à l'outil pour le gérer. "

Y'a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

"Oui, le support et les upgrades sont gratuites la première année. Une base de connaissance en ligne, un centre de support en ligne, des formations vidéos, des tickets de support et une hotline sont disponibles..."

En combien de temps le commerçant peut il utiliser sa boutique en ligne ?

"1 semaine"

Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

"L'avantage de CyberShopASP par rapport aux autres solutions c'est que la solution s'adapte à la charte du choix du client et non pas l'inverse.

Depuis le début de nos développements nous avons insisté sur la possibilité de donner une identité différente à chaque site, ainsi tous les sites de nos clients ne se ressemblent pas ni en graphisme, ni en ergonomie, plus c'est compliqué mieux c'est, nous préférons donner à nos clients 100% de liberté graphique que de les cloisonner dans des gabarits prédéfinis"

Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

"Oui, elle évolue, chaque année il y a une nouvelle version. et prochainement nous passons en .Net Les mises à jour sont gratuites pour nos clients disposant d'un contrat de licence valide."

Y'a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

"Non, pas de blog, mais dans la rubrique News sur notre site"

Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir ?

"On est pionnier dans ce secteur, nous avons plus de recul que les autres solutions pour bien conseiller les clients et aussi pour assurer un R&D selon les besoins du marché et les nouvelles technologies. Ces nos clients qui ont fait et qui continuent à faire la richesse de CyberShopASP, si un client commande une fonction, nous la standardisons d'une façon à ce que tous les autres clients en bénéficient"

Quelles sont les limites de votre solution ?

"Aucune, c'est ça le problème lol"

Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

"Non, la démo est payante (29€) car elle est sauvegardée pendant 1 an (c'est le coût de la sauvegarde), chaque démo est unique, c'est une vraie licence déployée sur nos serveurs. Le client peut récupérer toutes les données ensuite quand il passe en mode production."

Espace Boutik

(Propos recueillis en Mars 2008)

Espace Boutik (<http://www.espace-boutik.com>) a été lancé l'année dernière. Cette solution fournit une solution assez complète pour la vente sur internet.



Pouvez vous nous en dire plus sur votre société ?

“Notre société, Walinéo, a été créée en avril 2007 et compte une personne pour le moment. Son activité consiste à fournir un service et une solution pour la vente sur internet et/ou connecté avec d'autres points de ventes. Nous intervenons en amont avec les personnes qui nous contactent afin de bien cerner leur besoin, de penser leur projet avant de le réaliser et de leur fournir la meilleure solution (nous n'hésitons pas à les orienter vers d'autres solutions au besoin).”

Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez vous chaque mois ? Si cela n'est pas indiscret, quel est le panier moyen de vos clients ?

“Le développement et la réalisation de notre solution e-commerce a démarré en 2005. Elle a été réalisée et pensée en relation avec des e-commerçants et des commerçants. Espace-Boutik est commercialisé et ouvert au public depuis le début 2007.

Aujourd'hui, nous enregistrons une dizaine clients (dont certains en cours de construction). Le nombre de clients par mois est assez variable et constatons aujourd'hui une demande en croissance.

Il est difficile de fournir une réelle signification d'un panier moyen car cela dépend véritablement du marché et du type de bien en vente: pour nos clients, il se situe entre 50 et 350 €.”

Pouvez vous nous donner quelques exemples de clients ? Si cela n'est pas indiscret, pouvez vous nous dire combien de vente par mois font vos plus gros clients ?

- www.e-network.fr : groupe E-Network
- www.tannslaboutique.com : magasin officiel de Tann's

“Nous avons d'autres références soit dans des domaines différents en cours d'élaboration, soit dans le même domaine d'activité

Aujourd'hui, notre client le plus important réalise autour de 5000 commandes par mois (tous sites confondus, via internet ou d'autres points de vente).”

A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

“Notre solution s'adresse principalement aux commerçants, TPE, PME/PMI souhaitant commercer en B2B ou B2C, qu'ils soient jeunes entrepreneurs ou ayant une entreprise déjà existante. Notre interface et sa gestion permet de bien diviser les rôles dans le cas d'entreprises avec plusieurs salariés et de répondre à la structure de la société (en terme de gestion d'éditorial ou de contenu), ainsi que son souhait de positionnement sur son marché.

Le budget moyen de départ se situe autour de 1000 € HT.”

Quel est le tarif de votre solution ?

“Il faut compter un budget entre 1000 € HT et 1200 € HT / an et nous proposons une réduction sur la première année afin d'aider les jeunes entrepreneurs à démarrer leur activité vers le succès dans de bonnes conditions, sans que la solution de site d'e-commerces soit un frein à leur établissement et à leur budget, tout en profitant d'un service professionnel. Notre politique tarifaire est en cours de refonte et ira dans le sens de la rentabilité pour nos clients.”

Y'a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

“Il existe aujourd'hui quelques options payantes:

- la réalisation de la charte graphique
- le support multi-prix pour un site donné
- l'achat de noms de domaines,
- branchement d'un (ou plusieurs) autre(s) site(s) sur l'arrière-boutique”

D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

“Le budget doit être divisé en 2 groupes bien distincts au démarrage: l'outil lui-même (qu'il soit en mode ASP ou sur mesure) qui doit, en premier lieu, répondre à un besoin exprimé via un cahier des charges. Il est primordial que l'outil réponde au besoin et non que le besoin soit guidé par l'outil (c'est d'ailleurs sur un de ses axes que nous travaillons avec nos prospects en avance de phase). De plus, l'outil doit permettre au commerçant d'être efficace dans sa gestion, sa promotion et lui permettre de grandir en toute tranquillité. Le deuxième budget (à mon sens plus important que le premier) est la promotion elle-même du site: il comporte la charte graphique, et également, la publicité (quelque soit le

support) dont le prix varie en fonction du marché visé.

Un budget minimum de 1500 € à répartir progressivement sur les 6 premiers mois d'activité semble le minimum.”

Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

“Notre solution est naturellement orientée vers le standard W3C et la facilité pour le référencement naturel.

Elle offre un support pour s'intégrer avec les plateformes de shopping existantes avec une réelle vision sur la rentabilité (et le retour sur investissement) des différentes plateformes de shopping. Elle inclut également une gestion éditoriale pour que les gestionnaires de sites puisse faire vivre leur boutique avec du contenu connexe à la vente en ligne.”

Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

“Pour le suivi des visites, nous avons choisi de nous interfacer avec l'outil Google Analytics qui répond très efficacement aux besoins de rapport en matière de trafic sur le site en ligne. Nous avons également des indicateurs disponibles en rapport sur l'arrière-boutique.

Espace-Boutik inclut un système de lettre d'informations (ou listes de diffusions): l'administrateur promouvoit ainsi son site selon différents axes de marketing. Elle inclut également un système de bannières rotatives couplés avec du rapport, qui peuvent être réparti sur différents emplacement du site. Notre solution inclura bientôt d'autres aspects marketing intéressant pour les e-commerçants (en phase d'analyse aujourd'hui).”

Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

“La connaissance de l'outil informatique et d'un logiciel de traitement de texte (type Word, OpenOffice Writer) suffisent largement à la gestion du site à travers l'arrière-boutique.”

Y'a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

“La majorité de l'aide se trouve directement en ligne sur l'arrière-boutique.

La formation s'effectue en direct avec le client avec l'un des moyens de communiquer avec nous que nous avons mis en place. Nous nous rendons disponible pour répondre rapidement aux demandes.”

En combien de temps le commerçant peut il utiliser sa boutique en ligne ?

“L'ouverture du site s'effectue sous 24 heures à réception des différents éléments nécessaires à l'ouverture.

Ensuite, le gestionnaire commence à mettre en place son catalogue, les documents légaux (ou recommandés) et les différents éléments rassurants sur son site. Nous l'accompagnons et le guidons au démarrage afin de l'aider à se familiariser à notre solution pour ses propres besoins et à utiliser efficacement Espace-Boutik.”

Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

“Le graphisme du site est entièrement personnalisable. Nous intervenons à 2 niveaux sur le graphisme : soit pour la réalisation d’une charte graphique (payante), soit pour son intégration dans la solution (gratuite). Aujourd’hui, la modification de l’aspect des différentes pages n’est pas proposée directement depuis l’arrière boutique (et le sera très prochainement) : dans un souci de facilité la vie à nos clients, nous souhaitons mettre en place une structure facile d’utilisation et de gestion. Cette fonctionnalité arrive maintenant à maturité et devrait voir le jour très rapidement. Il permettra à nos clients une forte autonomie sur l’aspect de son site et assurera une conformance aux différents standards du Web (XHTML, CSS, WAI au moins niveau 1).”

Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ?

“Les évolutions s’effectuent selon 2 axes: le premier axe comporte les évolutions que nous apportons sans concertation, mais avec une analyse préalable afin d’anticiper les demandes et les évolutions des différents marchés; le second axe comporte les évolutions demandées par nos clients.

Pour la première, les évolutions s’inscrivent généralement sur du moyen ou long terme en fonction de l’importance que l’on apporte à fournir cette évolution. Pour la seconde, le besoin est d’abord analysé en relation avec le demandeur, estimé et réalisé.

Espace-boutik est une offre complète où tous les clients bénéficient de l’ensemble des fonctionnalités. La fréquence de mise à jour est très variable.”

Y’a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

“Nous ne proposons pas de blog ni site pour suivre les évolutions. Nous communiquons sur notre liste de diffusion interne réservé à nos clients pour annoncer les prochaines fonctionnalités et lorsque nous mettons à jour la plateforme.”

Quels sont, d’après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi choisir Espace Boutik ?

“Notre solution est basée sur un service et un outil (ou plateforme). Outre l’aspect technique (détaillé plus bas), nous offrons une solution complète qui permet à nos clients de se concentrer sur leur activité en toute sérénité et sécurité; nous nous chargeons des aspects techniques et de la veille technologique pour leur apporter une solution toujours à jour.

D’un point de vue technique, Espace-Boutik offre à ses clients une souplesse d’évolution, une solution orientée commerce et une facilité de brancher leur boutique physique à leur site (ou inversement).”

Quelles sont les limites de votre solution ?

“Aujourd’hui, les seules limitations que nous avons ne sont pas liées à la gestion du site au quotidien, mais plutôt à sa mise en place: notamment, l’intégration de la charte graphique sur Espace-Boutik, le changement de certaines chaînes statiques. De plus, nous proposons le support multi-langues uniquement sur demande aujourd’hui.

Nous travaillons aujourd’hui sur la levée de ces limitations qui seront très prochainement disponibles en standard sur Espace-Boutik.”

Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

“Nous proposons un site de démonstration ouvert au public dans sa partie frontend (<http://www.espaceboutik.com/demo/>) et un site de démonstration privé sur simple demande (<http://www.espaceboutik.com/espace-demonstration/a-21/>) accompagnée des informations minimum (informations utilisées uniquement à titre privé et non divulguées). Le site de démonstration est disponible pour une durée de 7 jours.”

ITIS Commerce

(Propos recueillis en Mars 2008)

ITIS Commerce (<http://www.itis-commerce.com>) est une plateforme qui s'appuie également sur OSCommerce comme certains de ses concurrents.



Pouvez vous m'en dire plus sur votre société ?

“Riche de plus de 20 années d'expérience acquises auprès des plus grands éditeurs mondiaux de logiciels (Microsoft, ORACLE, SAP, JD Edwards, PeopleSoft, ...), d'éditeurs nationaux, de développement de logiciels et par les succès de création d'entreprise de services, l'équipe dirigeante de ITIS Commerce a décidé d'entreprendre sur le marché du commerce en ligne.

L'idée fondatrice de la création de ITIS Commerce est d'apporter aux entrepreneurs individuels, aux commerçants, aux distributeurs et aux petites et moyennes entreprises une solution globale et clé en main de commerce électronique.

ITIS Commerce est diplômé 2005 de la création d'entreprise par CEFORALP (Organisation dépendant du MEDEF) et est soutenu par la CGPME 69

Soulignons également que ITIS Commerce est la solution recommandée par le Crédit Agricole Centre Est suite à la signature de convention de partenariat du 11 décembre 2007.”

Quel est votre stratégie d'entreprise ?

“A l'écoute du marché, nous avons industrialisé une offre globale pour offrir à nos futurs clients la possibilité d'augmenter leurs ventes en capitalisant, et non révolutionnant, leur entreprise.

Nous sommes génétiquement focalisés sur un modèle économique destiné à vous fournir le meilleur outil au coût le plus bas.

Stratégie technique : Ouverture, Fonctionnalités et Autonomie du client

Le choix a été fait de s'appuyer sur osCommerce, logiciel Open Source, référence mondiale de ce

secteur avec plusieurs milliers de sites de commerce en ligne.

Utiliser un code OPEN SOURCE permet de disposer de la contribution de milliers de développeurs dans le monde et d'un support important de la communauté. L'économie en charge de développement et de support est très importante par comparaison avec un développement sur fonds propres, complètement propriétaire et à la capacité d'évolution limitée.

Le code logiciel ITIS Commerce est identique pour tous nos clients garantissant ainsi sa solidité et son évolutivité. La valeur ajoutée ITIS Commerce réside dans l'assemblage opérationnel de ces briques pour délivrer un service 100% hébergé, 100% administré et évolutif ainsi que d'assurer le support et l'assistance de nos clients.

Stratégie commerciale : Clé en main, Services compris, Excellent rapport qualité/prix

Notre stratégie commerciale intègre les fondamentaux suivants :

- Une offre globale, clé en main, services compris
- Une offre standard, généraliste, avec un minimum de personnalisation client
- Une capacité de séduction et un engagement fort
- Le meilleur rapport qualité/prix et un retour sur investissement (ROI) rapide
- Une approche industrielle
- Une vente de volume"

Que comprend la solution ITIS Commerce ?

"ITIS Commerce s'engage à vous fournir clé en main une boutique internet.

Prestations incluses :

- Hébergement : L'hébergement de votre site marchand par ITIS Commerce sur des serveurs dédiés et sécurisés chez OVH (Numéro 1 de l'hébergement en France)
- Achat des noms de domaines dont vous conservez la propriété
- Installation de la boutique ITIS Commerce
- Application de vos chartes graphiques ou création originale par le biais de nos web designers
- Intégration de vos conditions générales de vente et de livraison
- Intégration de votre kit de paiement bancaire (à voir avec votre banque) et de PayPal.
- Chargement de votre catalogue produit (à nous fournir sous format Excel)
- Tests
- Ouverture au public

Les délais relatifs à cette phase de création sont de 2-3 semaines. Services :

- Formation de vos équipes pour avoir pleine autonomie sur votre boutique
- Assistance téléphonique gratuite"

A qui s'adresse ITIS Commerce ?

"ITIS Commerce apporte aux entrepreneurs individuels, aux commerçants, aux distributeurs et aux petites et moyennes entreprises une solution complète de commerce électronique."

Pouvez vous nous donner quelques exemples de site ?

www.mara-materiaux.com

www.meubleetdecoration.com

www.decoexpresso.com

www.zoebonbon.com

www.pergama.fr

www.lyonclim.com

www.perledeprovence.com

www.sexytenues.com”

Quels sont les tarifs de votre solution ?

“400 € d’initialisation du projet et 99 € HT / mois pour un site de vente.

300 € d’initialisation du projet et 79 € HT / mois pour un site uniquement institutionnel et catalogue sans vente

Engagement : 1 an minimum

Il n’y aucun coût caché, un contrat défini clairement les devoirs et engagements de notre société dans la réalisation de votre projet.”

Combien de client comptabilisez-vous ?

“Plus de 150 avec un rythme de signature de 10 nouveaux par mois.”

Quels sont les délais de réalisation ?

“Trois semaines après la signature du contrat nous livrons la boutique internet.”

Décrivez nous un projet ?

“Après la signature du contrat nous lançons la création du site avec la charte graphique du client (2-3 semaines), la connexion des moyens de paiement, le chargement des tarifs de transport, ...

En parallèle, nous travaillons sur la création du contenu :

- *Organisation du catalogue*
- *Présentation de la fiche produit*
- *Recueil des photos, textes légaux,*

A réception de la boutique Internet ITIS Commerce (non encore ouverte au public), la première session de formation est faite. Le client, assisté par ITIS Commerce peut commencer le chargement de son catalogue produit et affine par la suite les fiches descriptives des produits.

La formation suivante abordera les moyens de paiement, les transports, la validation de la charte graphique, ... avec pour objectif en fin de session d’ouvrir le site au public.”

Que proposez-vous en terme de référencement ?

“De base la solution ITIS Commerce a été optimisée pour favoriser le référencement : le code applicatif et la structure du site de la boutique contiennent tous les éléments pour optimiser votre positionnement Web :

Grâce aux développements effectués, ITIS Commerce renseigne automatiquement toutes les zones utilisées par les moteurs de recherche et ceci pour chacun de vos produits sur toutes les pages de votre site. De plus, la fiche de description du produit a été enrichie de zone de saisie d'autres mots clés de référencement pour pouvoir compléter avec des expressions supplémentaires. Bien sur tous ces mots clés sont déclinés pour toutes les langues installées. Ces nouvelles fonctionnalités mise en place vous assurent un positionnement optimum sur les moteurs de recherche et ceci pour l'ensemble de votre catalogue produit.

Nous présentons aussi une offre complémentaire de référencement pour aider nos clients dans leur démarche de Net-Linking.”

Quelles sont les possibilités graphiques ?

“ITIS Commerce propose les alternatives suivantes :

- Le client nous fournit sa charte graphique et nous l'intégrons à son futur site. - Si le client souhaite travailler avec son graphiste, nous lui transmettons les éléments à prendre en compte et ensuite nous intégrons la charte sur le site

- Le client n'a pas de charte graphique, nous lui en réalisons une. (Prestation comprise dans les 400 € d'installation). Par exemple, il peut nous indiquer des sites qu'il affectionne pour que nous lui réalisons une interface graphique dans un style similaire.

Pour le contenu de la boutique ITIS Commerce est totalement ouvert à l'intégration de tous les composants du Web (Flash, Sons, Vidéo, ...)”

Le client est il autonome ?

“OUI. Toute la stratégie de notre entreprise est basée sur une totale autonomie de nos clients. Notre offre de services incluant Formation, auto-formation et support technique vous permet d'acquérir les compétences pour être totalement autonome. Pour preuve, nous vous accompagnons dans le cadre de notre forfait après la mise en ligne opérationnelle de la boutique pour vous aider dans cette phase cruciale : l'arrivée des premières commandes et des premiers règlements !!!”

Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

“Aucune, nous avons démarré des clients qui n'avaient pas de PC avant de signer avec ITIS Commerce. La gestion de la boutique est intuitive, seul la maîtrise d'un traitement de texte (de type Word) est nécessaire pour le bon fonctionnement du site.”

Comment évolue ITIS Commerce ?

“ITIS Commerce s’enrichit en fonctionnalités supplémentaires à chaque version du logiciel généralement toutes les 6 semaines.

Nos clients, notre veille technologique et fonctionnelle nous permettent d’anticiper les attentes du marché pour de nouvelles fonctions.

La stratégie industrielle de ITIS Commerce de n’avoir qu’un seul code logiciel pour l’ensemble de nos clients nous permet vous faire bénéficier de l’ensemble des nouvelles fonctionnalités développées.

Libre à vous, en fonction de vos besoins, d’exploiter ou non ces nouveautés.

La force de la solution ITIS Commerce est d’offrir en standard une solution très paramétrable que nous déployons chez tous nos clients. La personnalisation est réalisée par des éléments graphiques (couleurs, polices, taille photos, bannières, ...) également paramétrable.

Ce point est fondamentale pour vous (client) car :

- 1. il vous garantit de ne pas être seul avec votre solution*
- 2. vous bénéficiez automatiquement des améliorations régulières que nous apportons*
- 3. en cas de problèmes vous n’êtes pas seul avec votre programme et il est même probable que nous détectons les points qui pourraient vous gêner avant vous*
- 4. vous n’avez pas besoin de vous transformer en informaticien pour pouvoir utiliser une solution qui a été fabriquée uniquement pour vous.*

Par exemple dans la dernière version nous avons déployé les nouvelles fonctionnalités suivantes :

- produits recommandés en page d’accueil et dans les catégories*
- produits associés dans les fiches produits*
- gestion administratives des produits recommandées, des produits associés et des attributs dans les fiches articles*
- gestion des stocks par attributs et des stocks des bundles en fonctions des composants*
- fiche d’inscription client simplifiable....”*

Y a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

“OUI le client ITIS Commerce dispose d’un site privé regroupant :

- Les manuels de formation*
- Des tutoriels pour des domaines divers (gestion des images, comment mettre un copyright, comment créer un studio photo, ...) mais important dans la vie de tous les jours pour un e-commerçant*
- Des formations sur les évolutions de version*
- Une zone de questions - réponses”*

Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

“NON il n’est pas possible de tester gratuitement ITIS Commerce.

Nous organisons des démonstrations complètes et gratuites de notre produit permettant à notre client de se rendre compte des fonctionnalités.

La démarche de ITIS Commerce orienté vers la formation et le transfert de compétences auprès du client nous impose à une présence importante au démarrage du projet (plusieurs heures de formation et assistance) ce qui est incompatible avec une notion de test gratuit.”

Quels sont, d’après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi vous choisir ?

“La solution ITIS Commerce offre en même temps :

- Une réponse complète à vos attentes de commerce sur internet dans une architecture 100% Internet,*
- Un service d’accompagnement vous garantissant l’autonomie et la réussite*
- Un excellent référencement*

Et quand nous demandons à nos clients de qualifier en 1 mot la relation avec ITIS Commerce la réponse la plus fréquente est AUTONOMIE.”

Kiubi

(Propos recueillis en octobre 2007 - mis à jour en Février 2008)

Créée en mai 2006, la jeune entreprise [Troll d'idées](#), composée de deux jeunes professionnels d'Internet, a lancé sa plateforme de création de sites Internet et y a apporté différentes évolutions parmi lesquelles des nouvelles fonctionnalités pour créer une boutique de e-commerce. [Kiubi](#) (<http://www.kiubi.com/>) est surtout destiné aux commerçants, associations, TPE et PME / PMI. Cette plateforme comprend beaucoup d'outils nécessaires au développement de son activité Web et possède une ergonomie très intuitive.

FAQ | Presse | Contact | RSS

Kiubi

Plateforme de création et gestion de sites Internet

BIENVENUE ! | POURQUOI KIUBI ? | FONCTIONNALITÉS | OFFRES | Vidéos | Design | Exemples | Blog | Carnet de route

Créez et gérez vos sites internet

Oubliez la technique et concentrez-vous sur votre projet !

Kiubi est une plateforme hébergée qui regroupe tous les outils nécessaires au développement d'un site internet professionnel. Réellement adaptée aux webmasters et aux pros du web mais aussi aux besoins de leurs clients (PME/PMI, Commerçants, Associations, ...), elle vous fera gagner en efficacité et en productivité.

Essayez Kiubi pendant 30 jours, gratuitement et sans engagement.

[Inscrivez-vous !](#)

Kiubi résout les problématiques des créateurs de sites et répond aux besoins de leurs clients

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« *Troll d'idées* existe depuis mai 2006 et compte pour l'instant 2 personnes. Son unique activité est le développement d'une solution professionnelle de création et de gestion de sites internet en mode ASP, *Kiubi*, disponible depuis février 2007 et qui regroupe plusieurs outils nécessaires au développement de son activité sur internet : un système de gestion de contenu (CMS), un extranet, un blog, et bientôt une boutique en ligne, un forum de discussion et à partir d'avril une boutique en ligne, .. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ?

« Les formules e-commerce de Kiubi ne seront disponibles qu'au mois d'avril (un beta-test est actuellement en cours), seul un petit nombre de sites ont donc été réalisés, principalement par des partenaires professionnels du web (graphistes indépendants, agences web, ...). Environ 400 sites ont été ouverts sur Kiubi à un rythme de 2 à 3 par jours. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ?

« Parmi nos clients, nous avons :

PME Informatique, « Mistral.com » : www.mistralcom.fr

Association, « Réseau animation jeunes » : www.reseau-animation-jeunes.org

Agence web, « Heptades » : www.heptades.com

Automobile, « Mastercar » : www.mastercar.fr

TPE, « CardMail » : www.cardmail.fr »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Kiubi s'adresse à tout ceux qui veulent concrétiser un projet web, qu'ils en aient les compétences ou qu'ils soient accompagnés d'un professionnel du web. Kiubi a été pensé pour résoudre les problématiques récurrentes des webmasters et des professionnels du web tout en facilitant son utilisation pour leurs clients (TPE, PME / PMI, Commerçants, Associations, ...).

Une formule gratuite est disponible, la formule à 45€HT/mois étant quant à elle adaptée à la réalisation d'un site professionnel. Elle intègre un CMS, un blog ainsi qu'un accès aux gabarits de mise en pages pour une personnalisation graphique complète, réalisée généralement par le prestataire web de son choix. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Gratuit (juste le CMS)

30€HT/mois (CMS et blog)

45€HT/mois (CMS, blog, outils de communication et accès aux gabarits de mise en pages)

55€HT/mois (CMS, blog, outils de communication, accès aux gabarits de mise en pages et catalogue produit)

65€HT/mois (CMS, blog, outils de communication, accès aux gabarits de mise en pages, catalogue produit et vente en ligne) »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Toutes les fonctionnalités requises sont comprises dans le prix de la location, des options seront cependant disponibles prochainement (espace disque supplémentaire, ...). »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« En fonction de son prestataire web, il faut compter entre 3000 € et 5000 € sur un projet standard,

500€ à 1000€ par an de suivi (et de conseil) et moins de 800€ par an pour la location de Kiubi (qui inclut toutes les fonctionnalités disponibles ainsi que l'hébergement, la maintenance technique et les mises à jour de la plateforme). En matière de promotion, il est cependant assez difficile d'estimer un montant moyen. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Kiubi intègre directement un blog, qui est un excellent moyen pour communiquer et promouvoir son site, ainsi que plusieurs autres outils de communication (formulaire de contact, newsletter et prochainement un forum).

Kiubi a été conçu dès le départ pour prendre en compte les principales recommandations des moteurs de recherche en matière de référencement :

Sites générés conformes W3C (XHTML 1.0 Transitional),

Respect sémantique du HTML,

Menus 100% textuels,

Mises en page à l'aide de feuilles de style CSS (pas de tableaux inutiles...),

Réécriture d'URL optimisée (un seul niveau de profondeur, sans d'identifiant de session, ...),

Meta Tags par défaut et individualisés pour chaque page,

Redirection "HTTP 301" automatique des noms de domaines secondaires vers le domaine principal,

Et bien sûr un accès complet à la gestion du contenu de son site. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« Comme tous les CMS, Kiubi permet de gérer l'intégralité du contenu de son site, mais en plus, Kiubi permet de modifier la structure, la mise en page et la configuration des différents modules qui compose son site, par simple glisser-déposer, directement dans sa console d'administration, sans avoir besoin d'éditer du code ce qui permet enfin au responsable marketing de travailler et d'animer efficacement et en temps réel son site internet, indépendamment du service informatique ou de son prestataire web !

Kiubi facilite également le tracking des actions marketing (suivi du référencement et de la fréquentation) grâce à des emplacements prédéfinis pour inclure les codes de tracking Google Analytics, ... »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Plusieurs niveaux d'utilisation de Kiubi sont possibles étant donné qu'elle a été conçue pour répondre aux besoins des professionnels du web mais aussi de leurs clients. On peut donc travailler avec Kiubi en ayant de simples compétences en traitement de texte mais une agence web pourra cependant l'utiliser de manière beaucoup plus compétente. Aucune compétence en matière de programmation (Php, ASP, bases de données, ...) n'est utile. »

- Y a-t-il un support, une formation ou toute autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Un support par email ainsi qu'une documentation en ligne sont toujours accessibles.

Nous dispensons également des formations aux créateurs de sites souhaitant devenir partenaires. Nous n'assurons aucun conseil quant à la création d'un site internet, nous ne voulons pas nous substituer aux agences web dont c'est le métier d'aider un commerçant à monter son projet e-commerce. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« L'ouverture du site prend 5 minutes, tout se fait en ligne et le site est immédiatement disponible et donc utilisable. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Des templates par défaut sont disponibles pour pouvoir immédiatement commencer à travailler sur son site. Kiubi permet aussi de personnaliser à 100% son site pour l'adapter à l'image de sa société, grâce à son accès aux gabarits de mise en page (XHTML et CSS). Aucune limitation graphique particulière n'est imposée, vous travaillez avec Kiubi comme avec les meilleurs CMS actuels. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Kiubi étant une solution en mode ASP, c'est-à-dire que tous les sites utilisent le même « noyau technique », une mise à jour profite automatiquement à tout le monde.

De nouveaux thèmes graphiques ainsi que de nouveaux modules (ou des améliorations de fonctionnalités existantes) sont mis en ligne environs une fois par mois (certains modules mettent cependant plus de temps à être réalisés, et certains moins ;-)). Les mises à jour de sécurité sont effectuées dès que nécessaire. »

- Y a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Vous pouvez suivre les évolutions de Kiubi sur notre blog (www.kiubi.com/blog/), ou directement depuis votre tableau de bord une fois un site ouvert. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Une idée reçue veut qu'un commerçant choisisse sa solution technique et crée lui-même son site internet. Or il n'arrive que très rarement à un résultat aussi abouti qu'un site développé par une agence, tout simplement parce que ce n'est pas son métier !

Mener à bien son projet nécessite presque toujours l'intervention d'un professionnel du web. Il choisira avec son client un outil qui répond à la fois aux besoins du commerçant mais aussi à ses propres problématiques, étant donné que c'est lui qui réalisera, au moins en partie (la ligne graphique par exemple) le site internet, le commerçant ne s'occupant alors plus que de la gestion au quotidien du site. Kiubi est la réponse adaptée à cette réalité :

- *Kiubi a été conçu pour répondre aux problématiques des professionnels du web (et pas*

seulement des commerçants, c'est-à-dire des utilisateurs finaux) afin qu'ils gagnent en efficacité et surtout en productivité,

- Kiubi est une vraie solution globale (ce n'est pas qu'une suite de plusieurs applications différentes) : un seul et unique outil qui regroupe gestion de contenu, blog, extranet, newsletter, statistiques, hébergement, formulaire de contact, sauvegardes, gestion des domaines et bientôt e-commerce, ... et qui permet de « mixer » les informations provenant de ces différents services,*
- Kiubi permet de gérer un parc de sites internet, c'est-à-dire plusieurs sites via la même interface,*
- Kiubi génère des sites professionnels conformes aux normes actuels (respect de la sémantique HTML, conformité W3C, ...),*
- Kiubi permet de modifier la mise en page de son site par simple glisser-déposer, directement dans la console d'administration, ce qui permet de dynamiser l'animation commerciale de son site sans jamais avoir besoin d'éditer du code,*
- Kiubi permet de contrôler à 100% le design de son site, aucune limitation graphique n'est imposée,*
- Kiubi c'est aussi une console d'administration moderne, très ergonomique et fonctionnelle qui utilise le meilleur des technologies actuelles, comme Ajax par exemple,...* »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Les formules e-commerce ne seront disponibles qu'à partir d'Avril 2008.

Kiubi visant en priorité le marché francophone, la console d'administration n'est disponible pour l'instant qu'en français.

Les seules autres limites sont physiques (espace disque, bande passante, etc ...). »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Une fois un site ouvert, vous pouvez tester [Kiubi](#) pendant 30 jours gratuitement et sans engagement.

Il vous suffit alors de vous ouvrir un compte, directement sur notre site www.kiubi.com. »

KlikAndShop

(Propos recueillis en Février 2008)

Voici la solution [KilkAndShop \(http://www.klikandshop.com\)](http://www.klikandshop.com) qui propose son propre module de paiement et dont le mode rémunération est en partie basé sur le succès du client.

Klik & Shop
VOTRE SOLUTION E-COMMERCE

La seule solution e-commerce véritablement **TOUT COMPRIS**

Accueil Contact
Accès Back Office Marchand

LA SOLUTION REALISATIONS OFFRE SPECIALE COMMANDER LA SOCIETE

Avec Klik & Shop vous créez votre boutique en ligne et vous pouvez vendre en 48h.

- ▶ Hébergement
- ▶ Plate-forme e-commerce
- ▶ Paiements par cartes bancaires
- ▶ Service de détection des fraudes

10 bonnes raisons de choisir Klik & Shop

Promouvoir votre site avec Klik & Shop
Référencer votre site e-commerce sur les moteurs de recherche, Exporter vos offres vers les guides ou comparateurs, C'est tout simple avec Klik & Shop

Une solution professionnelle
Klik & Shop présente toutes les fonctionnalités et services auxquels s'attendent

L'application Klik & Shop permet de créer entièrement une boutique marchande dynamique.

- ▶ Design entièrement personnalisable
- ▶ Solution multilingue français, anglais et allemand
- ▶ Des outils pour la promotion du site marchand
- ▶ Paiements par chèques, virements et Cartes bancaires
- ▶ Un back office de gestion en temps réel

Devenez partenaire intégrateur
Nous cherchons toujours à élargir notre réseau de partenaires français et international. Pour devenir partenaire [cliquer ici](#)

Klik & Shop : Une solution développée par CYBERservices SA
Les solutions globales de CYBERservices sont conçues pour répondre à l'attente de millions de TPE/PME qui

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« CYBERservices SA (maison mère Suisse) a été créé en 2000 avec le paiement sécurisé pour spécialité. La solution Klik & Shop avait alors été développée pour les marchands qui en faisaient la demande express. Mais, aucune promotion n'a été faite pour une véritable implantation de Klik & Shop auprès des marchands, CYBERservices privilégiant les partenariats Klik & Pay avec les solutions e-commerce du marché.

La filiale CYBERservices France a été créée en 2004 également pour promouvoir la plate-forme de paiement sécurisée Klik & Pay auprès des marchands français. A ce titre, CYBERservices France a conclu un partenariat exclusif avec Banque Française pour développer son département commerce électronique. Banque Française est une Banque d'Entreprises installée à Paris près de la Bourse et a des accords de monétique avec le groupe Natixis. La plate-forme de paiement sécurisé Klik & Pay s'adresse donc tant aux marchands disposant d'un contrat de VAD avec leur propre banque qu'aux

marchands qui n'en ont pas. Les marchands qui rencontrent des difficultés à obtenir un contrat avec une banque en France, du au fait que leur société est trop récente ou que leur activité ne répond pas aux critères de leur banque, trouvent également une solution chez CYBERServices.

Après 3 ans d'activités sur le territoire et devant la spécificité du marché français, nous avons décidé de refondre entièrement la solution Klik & Shop et d'en faire une solution phare de notre activité. Tous les marchands, quelque soit leur taille, leur volume d'activité et le type d'accords bancaires bénéficient tous d'un même niveau de prestation. Il n'y a pas d'options sur Klik & Shop, la plate-forme est la même pour tout le monde, les options n'existent que sur Klik & Pay pour les modes de paiement (paiement direct, abonnement, différé, ...). La différence réside uniquement dans le financement de l'outil e-commerce, financement qui peut évoluer en fonction de la croissance de l'activité du site, et cela sans que l'Entreprise ait à changer de prestataire, donc sans avoir de nouveaux développements à prendre en charge et sans perdre son historique. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Concernant l'activité, les chiffres de Klik & Shop ne sont pas significatifs puisque nous commençons juste notre lancement commercial. Par contre pour Klik & Pay, nous comptons près de 1500 marchands à travers le monde. Quant au nombre de nouveaux clients par mois pour Klik & Shop, nous les espérons nombreux.

Pour nous, la solution de création et de gestion du site e-commerce se doit de répondre et d'évoluer en fonction des dernières technologies pour répondre aux besoins et habitudes des consommateurs et des marchands, et doit présenter un Back Office cohérent avec la solution de paiement choisie. Le choix d'une solution e-commerce doit donc se faire simultanément à la solution de paiement seul véritable outil qui permette aux marchands de bénéficier pleinement de ce formidable canal de vente qu'est Internet. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Vous pouvez retrouver des exemples de sites réalisés à partir de notre solution sur cette page : <http://www.klikandshop.com/exemples.htm> »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« L'ensemble Klik & Shop/Klik & Pay s'adresse à tout marchand avec ou sans contrat de VAD, débutant ou non, avec de gros ou de petits volumes. Le marchand n'est limité que par l'hébergement. Dans l'offre spéciale, nous fournissons 10 G0, mais nous pouvons nous adapter à tout autre besoin. A chaque profil nous avons une réponse avec les budgets adaptés et évolutifs. Reconnaissons cependant, que ce sont surtout les TPE/PME qui sont intéressées par des solutions ASP telles Klik & Shop. Les « grands comptes » préfèrent faire appel à des webagency spécialisées dans le développement sur mesure. Pour exemple, Alcatel Lucent pour son site dédié à la retransmission des

régates de L'America's Cup. Le site est développé en interne et utilise uniquement la plate-forme de paiement Klik & Pay. (www.americascupanywhere.com). »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Notre solution est accessible pour un investissement initial de 200 € puis uniquement des coûts par transactions pendant un an : il n'y a pas de transaction cartes bancaires, pas de coût au delà des 200 €.

A l'issue de cette période (ou avant si la croissance le justifie), le marchand pourra optimiser le financement de la prestation en équilibrant abonnement mensuel et coût par transaction grâce à de nouveaux accords bancaires.

L'ensemble de la plate-forme Klik & Pay et Klik & shop sont hébergés sur des serveurs hautement sécurisés à Genève et répondent à toutes les normes de sécurité (www.klikandpay.com/solfraude.htm) auxquelles devraient répondre toute plate-forme par laquelle transitent des informations personnelles.

»

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« A part l'investissement dans nos solutions, le marchand devra prévoir en outre, s'il veut un site personnalisé, un budget pour la charte graphique et un budget pour le référencement.

Dans ces deux domaines, difficile d'annoncer un budget, les coûts des prestataires sont très variables. Ne vaut-il pas mieux dire que le résultat obtenu dépendra essentiellement du budget consacré. Klik & Shop donne les outils pour faciliter la réalisation et la promotion du site, mais ne réalise pas la prestation. Le marchand peut alors utiliser les outils en fonction des budgets dont il dispose.

Cependant, pour les petits budgets, nous essayons de guider nos clients pour leur permettre d'obtenir les meilleurs résultats au moindre coût. Klik & shop est prévu pour exporter les données vers les comparateurs de prix, intégrer des solutions de mesure d'audience, fournir le plan site map de google, ... Par exemple, un marchand pourra choisir d'utiliser les « analytics » de google en insérant dans un champ du Back office les codes fournis par google à l'ouverture du compte. Si un marchand souhaite travailler avec un prestataire particulier pour une prestation haut de gamme, il utilisera le même champ, et paiera directement le prestataire choisi.

De même pour la charte graphique, le marchand peut choisir de télécharger une charte graphique gratuite (ou payante) sur un site spécialisé, au risque de la retrouver sur un autre site ou mandater un graphiste. Dans le premier cas, nous fournissons des listes de sites de références et nous pouvons paramétrer le template sélectionné pour l'intégrer dans Klik & Shop, cela pour 300 €. Le marchand peut aussi choisir un template fourni dans Klik & Shop. Nous en adaptons alors simplement la couleur pour être cohérent au moins avec le logo de l'Entreprise. Cette solution n'est cependant pas celle que nous recommandons. 500 € pour 1 an pour lancer un site e-commerce avec charte graphique personnalisée ne nous paraît pas une somme insurmontable et est surtout le gage de professionnalisme et l'atout confiance demandé par les consommateurs. »

- Qu'offre votre solution en matière de référencement ?

« En terme de référencement, notre solution présente les caractéristiques suivantes :

- Solution prévue pour un référencement optimal sur les principaux moteurs de recherche
- Création automatique de fichiers Sitemap pour l'indexation sur Google
- Extraction de données pour des portails type kelkoo, twenga...
- Pages pour affichage de partenaires (échanges de liens, ...) »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Le minimum requis pour mettre en place la charte graphique est une connaissance du code HTML. Mais pour ceux qui n'ont pas cette connaissance, nous réalisons nous-mêmes la prestation. Notez que nous cherchons également à constituer un réseau de Webmasters indépendants, à former sur notre solution et à qui confier toutes ces prestations complémentaires (graphisme, référencement, création du site, ...). »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Oui, il y a un mode d'emploi. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Pour utiliser la boutique en ligne, il faut :

- 48h. pour Klik & Shop Offre spéciale (avec les autorisations des organismes de cartes bancaires).
- Sinon, dans la journée pour le shop + les délais pour la solution bancaire.
- Si le marchand a déjà son VAD, environ 1 semaine pour être opérationnel.
- Si nous devons constituer le dossier pour obtenir un contrat carte bancaire auprès de Banque Française, 2 à 3 semaines. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Notre solution évolue-t-elle ? Oui bien sûr, c'est le principe même d'une solution ASP. Dès qu'un marchand soumet une demande pertinente qui peut intéresser le plus grand nombre, la solution évolue. C'est en général le cas, lors de l'ouverture de nouveaux comptes pour des marchands qui ont des besoins spécifiques. Ce qui signifie qu'il ne s'agit pas d'une nouvelle version tous les X temps, mais d'une évolution à la demande – pertinente bien sûr. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Pourquoi choisir Klik & Shop ?

*Démarrer rapidement et simplement sans faire appel à de multiples prestataires : Hébergement, nom de domaine et adresses e-mails, solution e-commerce, plate-forme de paiement et détection des

fraudes à la carte bancaire. Les 3 premiers éléments sont souvent pris en charge par un même prestataire, mais pour les 2 derniers éléments il faut faire appel à 1 voire 2 prestataires différents.

**Une solution cohérente et évolutive au niveau des accords bancaires. Ce qui permet à chaque marchand d'avancer à son rythme et d'avoir une charge financière en relation avec son activité.*

**Notre engagement sur une rémunération au succès. Ce qui sous-entend que nous mettons tous les moyens en œuvre et toute notre expérience au service du commerçant pour favoriser les ventes sur son site. »*

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Non, il n'est pas possible de tester gratuitement la solution. L'expérience prouve que ce qui préoccupe le plus les marchands, ce n'est pas seulement l'outil dont il ne saura peut-être pas prendre seul toute la mesure - d'autant que je ne doute pas que toutes les solutions véritablement professionnelles se ressemblent - mais le support que nous pourrons lui apporter pour exploiter au mieux l'outil, assurer la promotion du site et transformer un visiteur en acheteur.

L'ouverture d'un compte pour vous n'est pas chose facile car cela sous entend que nous ouvrons également un compte Klik & Pay avec déclaration d'une URL aux organismes de cartes bancaires. »

Micrologiciel

(Propos recueillis en Octobre 2007)

La société Micrologiciel (<http://www.micrologiciel.com>) a été créée en janvier 2003 suite à la création de l'application Micrologiciel un an plus tôt. Cette application est aujourd'hui utilisée par plus de 600 clients. Leur solution convient aussi bien à la création d'un site Web qu'à la refonte d'un site Web existant. Un large panel de modules permettant d'enrichir les sites est disponible.

Micrologiciel
Gestionnaire de contenu Internet

Accueil | Tarifs | Contact | Support technique | Micrologiciel Europe | Nos références clients

48h Devis Express
Cliquez ici
0 820 20 20 41
N° Indigo 0.09 € / minute

Micrologiciel™
• Présentation
• Les fonctionnalités
• Nos partenaires
• Nos références clients
• Qui sommes-nous ?
• Infrastructures
• Devenir Distributeur

Tarifs
• Pack Small
• Pack Medium
• Pack Large
• Pack Extra Large
• Pack E-shop
• Tableau comparatif
• Pack Enseigne
• Création ou refonte de site
• Demande de devis
• Demande de souscription

Espace Clients
• Webmail - Courrier
• Mailadmin - Gestion des mails
• Whois - Nom de domaine
• Support technique

Espace Distributeurs
Login

Micrologiciel™
Gestionnaire de sites Internet
Gestionnaire de boutiques en ligne

Administrez facilement votre site Internet

Du simple site vitrine à la boutique en ligne
Micrologiciel s'adapte à toutes les tailles de projets, d'entreprises ou d'activités
[Fonctionnalités](#) - [Configurations & tarifs](#)

Plus de 600 clients TPE-PME-PMI ont choisi Micrologiciel
La garantie d'une technologie éprouvée, aujourd'hui leader des applications Internet
[Qui sommes-nous ?](#) - [Nos références clients](#)

Une solution globale intégrant tous les services requis
Aide en ligne 7/7, support technique, hébergement-maintenance 7/7 - 24/24, partenariats privilégiés avec les principaux acteurs de l'internet et du e-commerce
[Infrastructures](#) - [Nos partenaires](#)

Vous avez un projet internet en cours ?
(création ou refonte de votre site internet)

Que vous souhaitiez mettre en place votre site internet vous-même ou que vous préférerez nous confier sa réalisation partielle ou globale, Micrologiciel vous propose **une offre adaptée à vos besoins**.

Quel que soit votre choix, vous bénéficierez de l'accès à l'ensemble des services, partenaires et prestataires agréés Micrologiciel.

Vous souhaitez mettre en place votre site Internet vous-même?
Frais de mise en ligne
190 € HT

Vous préférez nous confier la réalisation de votre site Internet ?
A partir de
990 € HT

Serfigroup
a choisi Micrologiciel

Micro'Label
Micrologiciel
labellisée
"Gazette du Logiciel"
par le Syntec informatique
et le Ministère des PME
[Lire la suite >](#)

Syntec informatique

Ministère de l'Économie, du Commerce
et des Petites Entreprises

Nos Partenaires
Solutions de paiement
P@rtner@CIC

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« La société Micrologiciel a été créée en janvier 2003.

L'entreprise compte 6 personnes pour un chiffre d'affaire de 300 K€ en 2006 (environ 380/400 K€ prévus pour 2007).

L'effectif étendu à nos prestataires et distributeurs s'élargit à 30 pers environ (pour un chiffre d'affaires global d'environ 1,5 M€ à 2 M€).

Vous pourrez accéder à des [informations complémentaires](#) sur l'entreprise. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ?

« L'application existe depuis 2002 (mais est uniquement exploitée en interne alors), ce n'est qu'à partir de 2003 que nous avons décidé de la commercialiser sous le mode d'application hébergée (mode ASP). A l'origine, Micrologiciel était uniquement un gestionnaire de contenu Internet (sans fonctionnalités boutique), la version "e-commerce" (pack e-shop Micrologiciel) remonte quant à elle à 2004. »

- Combien de clients comptabilisez-vous ?

« Nous en comptabilisons environ 600 clients actifs. »

- Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ?

« Actuellement, entre 15 et 20 nouveaux clients par mois. »

- Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Il évolue à l'identique de la moyenne nationale... soit environ 90 € pour 2006 et en augmentation sensible chaque année (moyenne sur l'ensemble des sites, car grande diversité selon les marchands et les produits vendus bien sûr). »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients (5 dans divers domaines) ?

« Parmi nos clients, nous avons par exemple :

- <http://www.faire-part-en-ligne.com>
- <http://boutique.stadetoulousain.fr>
- <http://www.sfcollector.com>
- <http://boutique.thalassopornic.com>
- <http://www.sokiwin.com/>
- <http://www.montre-en-ligne.com>
- <http://www.espacesantebeaute.com>

(d'autres exemples sont disponibles sur le site Micrologiciel). »

- Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Certains atteignent jusqu'à 3000 commandes/mois, mais la grande majorité se situe à un niveau nettement inférieur (fourchette large à titre indicatif : entre 100 et 1000 commandes/mois). »

- A qui s'adresse votre solution ?

« A toutes les TPE, PME / PMI principalement, mais aussi certains "grands comptes" et également les enseignes en réseau (cf. [Pack-Enseigne Micrologiciel](#)). »

- A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

- « Pour les clients qui souhaitent mettre en place eux-même leur site, les frais de mise en ligne d'un site et de son interface d'administration sont de 190 € HT (et comprennent l'intégration d'un thème graphique sélectionné dans une bibliothèque de thèmes préconfigurés Micrologiciel)
- Pour les clients qui souhaitent au contraire que nous réalisons pour eux les prestations de mise en place du site, les budgets sont variables car dépendent du cahier des charges et de la densité des contenus (à partir de 990 € HT (sur devis), et à titre indicatif, la fourchette moyenne en terme de budget pour un site livré "clef en main" est généralement comprise entre 1500 et 3500 € HT). »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« A partir de 35 € HT/mois pour un site "vitrine" (Pack S Micrologiciel, nous proposons des [packs plus complets](#))

Le [pack E-Shop](#) (e-commerce) est quant à lui à 105 € HT/mois, c'est le pack le plus complet de notre grille tarifaire en termes de [fonctionnalités](#). »

- Y a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Oui, comme par exemple l'espace supplémentaire, le trafic au delà de 600.000 pages vues/mois (équivalent 150 Go) ou encore les options multilingues (tarif des options en bas du [tableau comparatif](#))
A noter que la tarification de notre option "trafic supp" est probablement l'une des moins chères du marché, la plupart de nos concurrents facturant beaucoup plus cher et à partir de niveau de trafic beaucoup plus bas cette option trafic ou débit, au point de multiplier de façon considérable le montant de l'abonnement de base qu'ils annoncent (je vous invite à vérifier la tarification de nos concurrents sur ce point).

A noter également que la plupart des installations spécifiques au e-commerce (terminal de paiement, Fia-Net, etc...) sont installées GRATUITEMENT (ce qui n'est généralement pas le cas chez nos concurrents). »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Question difficile car chacune des composantes est variable selon le projet et les objectifs que se fixe l'entreprise :

- **Charte graphique et site :**
Comme vu quelques points plus haut, cela peut varier de 190 € HT (client qui gère lui-même la mise en place de son site) à 3.000 voire 5.000 € HT pour un site livré "clé en main" et selon spécificités du cahier des charges.
- **Entretien du site :**
L'abonnement Micrologiciel incluant l'hébergement, la maintenance technique, l'aide en ligne, la hot-line, les mises à jours logiciels et développements permanents, l'entretien du site ne nécessite à priori aucun budget supplémentaire à celui de l'abonnement Micrologiciel, sauf bien

sûr la charge des moyens humains que l'entreprise mobilise en interne à la gestion de son site e-commerce

- Promotion du site :

Il est pratiquement impossible de répondre à cette question car ce poste, sans doute le plus important en terme de budget, elle dépend complètement des objectifs que se fixe l'entreprise en matière de chiffre d'affaires et de développement sur son marché... Mais une chose est sûre par contre, c'est qu'aucun site e-commerce (sauf quelques très rares exceptions) ne peut générer un chiffre d'affaires significatif sans consacrer un budget tout aussi significatif dans la promotion de son site et la recherche d'un trafic important et qualifié (liens sponsorisés, comparateurs de prix, affiliation, publicité, mailings, etc...). »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement et de marketing ?

« Pour ce qui concerne la promotion/communication/marketing, nous apportons principalement :

- *Une parfaite compatibilité entre notre technologie et celles des principaux acteurs du marché en la matière (nos partenariats techniques avec les acteurs tels que Fia-Net, LeGuide.com, Kelkoo, etc.. cf. [nos partenaires](#)).*
- *Des accords commerciaux réservant un accueil et des conditions privilégiées auprès de ces mêmes partenaires pour l'ensemble de nos clients*
- *Sur le plan des fonctionnalités dédiées à l'aspect marketing, Micrologiciel propose : un [module newsletter](#), un [module affiliation](#), un [module parrainage et fidélisation](#), la [gestion de remises et bon d'achats](#), l'[export vers les comparateurs](#), un [module référencement](#).*

Pour le reste, le choix des actions à mener incombe à l'entreprise et dépend là encore des objectifs qu'elle se fixe en terme de résultat, et nous constatons d'ailleurs chaque jour (et ce quelque soit le secteur d'activité) que c'est bien "l'entrepreneur" (sa stratégie, son offre, etc.) et non la technologie qui fait la différence en matière de résultat, à condition bien sûr que son site soit d'une qualité satisfaisante.

Là où notre technologie joue un rôle important dans la réussite de nos clients, c'est par sa très grande accessibilité sur le plan technique (ergonomie, intuitivité, performance et pertinence des fonctionnalités), qui obligatoirement engendre des économies importantes sur les coûts de gestion du site, et donc influe sur la rentabilité de l'activité (voire même la viabilité du modèle économique). »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Bien plus que les compétences techniques (puisque justement l'utilisation de l'application requiert peu de compétences) : la rigueur et le professionnalisme, le bon goût, la logique, le sens du commerce... bref, les mêmes qualités que celles demandées à un responsable de magasin "physique". »

Y a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Une aide en ligne particulièrement complète et imagée est accessible depuis l'interface

d'administration du site et apporte à nos clients toutes les explications nécessaires à la création et à l'administration au quotidien de leur site. Au delà de cette "aide en ligne", Micrologiciel dispose d'une hotline téléphonique et d'un réseau de prestataires agréés qui peuvent accompagner nos clients dans la mise en place de leur projet et effectuer pour eux des prestations ponctuelles et/ou récurrentes, selon que pour des raisons de temps ou de compétences nos clients préfèrent externaliser ces prestations. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Là encore, tout dépend des moyens humains et/ou financiers mobilisés pour le projet, et la complexité du projet bien sûr... Nous avons vu des clients mettre leur site en ligne en moins d'une semaine... la grande majorité de nos clients mettent plutôt un mois. Lorsque la réalisation est réalisée par un prestataire, le délai moyen varie entre un et deux mois (mais il s'agit souvent de projet plus complets, voire complexes). »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Les frais de mise à ligne de 190 € HT incluent le choix d'un thème graphique dans une bibliothèque puis sa "semi-personnalisation" par intégration du logo, base line.

- En option, un thème graphique personnalisé réalisé par l'un de nos prestataire représente un budget supplémentaire de 800 € HT (soit 990 € HT avec frais de mise en ligne)*
- Si le client dispose déjà d'un thème graphique (refonte de site) et souhaite le conserver (sous réserve de compatibilité avec notre technologie et/ou avec quelques modifications), la découpe et l'intégration de ce thème sur son site est facturé 500 € HT. »*

- Votre solution évolue-t-elle ?

« Oui, en permanence. C'est d'ailleurs le principal intérêt de choisir une solution hébergée (mode ASP), à savoir de bénéficier en permanence d'une solution technique actualisée et adaptée à un environnement Internet en perpétuelle évolution technologique (évolution des navigateurs, des langages de programmations, des solutions techniques partenaires (paiement, comparateurs), des moteurs de recherche, etc..).

Pour l'exemple : l'intégration de l'éco-participation sur les factures (obligatoire) ou encore de Receive&Pay (nouveau moyen de paiement) ont été faites sur Micrologiciel dès leur lancement et sans aucun surcoût pour nos clients, ce qui illustre parfaitement de l'intérêt technique (réactivité) et économique (pas de surcoût) d'une application hébergée telle que la nôtre. »

- Si oui, tout le monde peut en profiter directement ?

« Oui, car 100% des sites de nos clients fonctionnent sur la même technologie, et tous les sites sont mis à jour en même temps, sans aucune intervention du client. »

- A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Une fois par semaine en moyenne, pour l'intégration de nouvelles fonctionnalités ou évolutions de fonctionnalités existantes, et plusieurs fois par jour si nécessaire (ex : correction de bugs). »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Si l'évolution est significative et nécessite une information client car liée à l'usage de l'interface d'administration, un message apparaît sur la page d'accueil du site, et l'aide en ligne est mise à jour. Depuis peu, une news récapitulant les évolutions est adressée par mail à nos clients chaque fin de mois. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

« Les avantages sont différents selon les "catégories" de concurrents :

- Si l'on parle des solutions logicielles "libres" (open source), alors je dirais que notre principal avantage est lié à l'accessibilité technique, un site Micrologiciel pouvant être mise en place et administré par une ou des personnes qui ne disposent pas de connaissances techniques (langage, développement, HTML, etc.). Le deuxième avantage, et non des moindres, est la conséquence économique de cette accessibilité technique, qui coûtera finalement beaucoup moins chère à l'usage qu'une solution open source qui nécessite systématiquement d'avoir recours à un prestataire (généralement très coûteux) à chaque modification souhaitée (et c'est souvent la "face cachée" de l'open source que les clients ignorent au départ et ne découvrent qu'après coup, regrettant alors leur choix pourtant motivé au départ par la (fausse) notion de gratuité de l'open source). Enfin, le troisième avantage majeur, c'est la mise à jour permanente (et sans intervention client) de l'application ASP, qui garantit une solution sans cesse adaptée à l'évolution de l'environnement Internet, alors que l'open source ne peut en aucun cas "garantir" ces évolutions, et qu'elles seront la plupart du temps coûteuses à mettre en place sur le site du client final (idem, recours à un prestataire qualifié)
- Si l'on parle des solutions logicielles qui ne sont pas exploitées en mode hébergé (mode ASP), et à condition qu'il s'agissent de solutions "accessibles techniquement à un utilisateur non qualifié" (sinon les avantages 1 et 2 du cas précédent sont aussi vrais), le problème des mises à jour reste un risque et un inconvénient majeur par rapport à une application hébergée, sans compter qu'il faudra en plus gérer (et donc avoir les compétences pour le faire) le problème de l'hébergement et de la maintenance technique du site (choix des prestataires, gestion du site, des noms de domaine, des e-mails, etc...)
- Si l'on parle des solutions logicielles hébergées (qui sont finalement nos plus proches concurrents, du moins ceux avec qui la comparaison est la plus facile), alors nos avantages résident d'une façon générale sur les points suivants :
 - La performance de l'application (fonctionnalités, ergonomie) : Micrologiciel est l'une des applications les plus complètes et performantes en terme de fonctionnalités, l'une des plus paramétrables (catalogue non matriciel donc adaptable selon besoins), et enfin l'une des moins "bridées" pour ce qui concerne l'ajout de scripts

spécifiques (pour des fonctionnalités complémentaires) lorsque que l'utilisateur dispose de compétences techniques confirmées

- *La simplicité d'utilisation : par son ergonomie, son intuitivité, son aide en ligne complète, Micrologiciel est reconnue comme une application d'utilisation facile, et ce malgré l'étendue et la performance de ses fonctionnalités*
- *Son coût : pour un coût global (technologie, mises à jour logicielles, hébergement, maintenance technique, etc.) à partir de 35 € HT/mois pour un site vitrine et 105 € HT/mois pour une boutique en ligne (e-commerce), Micrologiciel se veut tout autant accessible sur le plan économique que sur le plan technique à toutes les TPE, PME et PMI*
- *Ses services inclus et/ou optionnels : au delà de l'ensemble des services inclus dans l'abonnement Micrologiciel (technologie, mises à jour logicielles, hébergement, maintenance technique, gestion des noms de domaine, comptes mails, etc.) et qui en font une solution "tout en un" où le client n'a plus qu'à gérer 1 seul interlocuteur pour tout ce qui concerne l'hébergement et l'évolution technologique de son site Internet, Micrologiciel propose une somme de services additionnels disponibles à tout moment selon les besoins (conseil, formation, partenariat techniques et commerciaux, réseau de prestataires agréés, etc.)*
- *Notre expérience et notre volumétrie : fort de 5 années d'expérience et de 600 clients, Micrologiciel présente tous les avantages et toutes les garanties d'une solution éprouvée et qui figure aujourd'hui parmi les applications leaders de l'e-commerce français. La volumétrie et la diversité de notre parc client, ainsi que nos partenariats avec les plus importants acteurs du net et de l'e-commerce, nous procurent une expertise et une visibilité exceptionnelle sur les besoins des sites e-commerce et sur leurs évolutions à venir, et c'est cette visibilité qui conditionne et garantit la pertinence de nos développements techniques actuels et futurs.*
- *Et enfin (et surtout), les résultats économiques et la pérennité de l'entreprise (et donc la pérennité de notre solution et des services qui lui sont associés tels que l'attendent nos clients) : labellisée "Gazelle du Logiciel français" en juin 2006 (cette distinction porte principalement sur des critères de "bonne santé économique" : croissance, rentabilité, valeur ajoutée, part des budgets R&D, [en savoir plus](#).), Micrologiciel, au delà de ses performances techniques, se distingue particulièrement de ses concurrents par la viabilité de son modèle économique, gage primordial de sa pérennité (tant pour l'entreprise que pour l'application et les services qui lui sont associés). A ce sujet, Micrologiciel a parfaitement intégré que la mise en place d'un site e-commerce mobilise beaucoup d'énergie et/ou de temps et/ou de moyens côté client, et que tout naturellement ces clients attendent du partenaire technologique qu'ils ont choisi pour mettre en place leur site qu'il ne mette pas "la clef sous la porte" dans un avenir proche. Pour répondre à cette attente bien légitime, aucun discours ne peut apporter une réponse aussi fiable que la lecture et l'analyse des bilans et comptes de résultat de l'entreprise concernée. En la matière, Micrologiciel apporte à ses clients la garantie d'une exploitation économiquement saine, d'une croissance maîtrisée, d'une autonomie et d'une indépendance financière totale, ce qui n'est en*

l'occurrence pas le cas de la plupart de nos concurrents sur le marché, qui souvent présentent un résultat économique inquiétant voire désastreux (ou en tt cas confirmant la non-viabilité de leur modèle économique), ou pire encore ne publient pas leurs comptes... ce qui n'est généralement pas le signe d'une gestion saine et rigoureuse. »

- Pourquoi vous choisir vous ?

« Pour toutes les raisons évoquées dans les points précédents 😊 »

- Quelles sont les limites de votre solution (nombre de produits, localisation ou autre) ?

« Peu de limites en ce qui concerne les activités e-commerce BtoC "classiques", y compris lorsqu'il est nécessaire d'y ajouter quelques fonctionnalités spécifiques "métier" (voir exemple de www.faire-part-en-ligne.com, le processus de commande personnalisé : rédaction faire-part en ligne, choix couleur, police, etc.).

- Peut-on tester votre solution gratuitement ?

« Oui. »

- Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Généralement il faut 72h (mais plus si besoin), il suffit de remplir le formulaire "[démonstration](#)" sur le site. »

OnWeb

(Propos recueillis en Octobre 2007)

Le site onweb.fr a été créé le 30 mars 2005 et propose une solution de création de boutique en ligne gratuite. Cette solution, qui est toujours en cours de développement, n'est pas uniquement axé sur la boutique, mais aussi sur la gestion de l'éditorial et du contenu.



- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Le site onweb.fr a été créé le 30 mars 2005. Je travaille seul sur ce site et le chiffre d'affaire est aujourd'hui quasiment nul...

Je travaille sur ce site en plus de mon activité professionnelle (marketing direct). Mon but a été suite à la découverte de SPIP et de tout le domaine open-source de mettre ces outils à disposition des PME / PME, artisans ou particuliers désireux d'avoir des activités d'e-commerce sans investissement au lancement et sans aucune compétence informatique. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ?

« Depuis sa création, 8.000 sites ont été créés avec la solution onweb.fr et 1200 sont actifs. Dans la

phase de développement, je suis aujourd'hui en test sur le modèle. Par rapport aux concurrents type powerboutique, je veux vraiment proposer une solution très peu chère avec beaucoup plus de fonctionnalité et en particulier au niveau du marketing. Je peux offrir cette solution si peu chère par la recherche continue des meilleures solutions d'open-source et leur configuration en multi-base de données sans que l'utilisateur n'ait rien à configurer ni paramétrer techniquement (Php, SQL...). De plus nous souhaitons avoir un outil qui ne soit pas uniquement axé sur la boutique mais qui permette aussi de gérer de l'éditorial et du contenu. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Voici quelques exemples de sites utilisant notre solution :

Site culturel utilisé pour les outils de newsletter et emailing inclus dans onweb.fr (5.000 membres) :

www.culturalia.fr

Commissaire priseur à bordeaux : www.etude-baratoux.com

Vente de pièce détachées pour modèles réduits d'hélicoptères : www.futurheli.fr

Vente de morceaux de musiques libres de droits pour standard téléphoniques : www.music-media1.com

Vente d'accessoires de décoration pour pâtisseries : www.boutique-gateaucreation.fr

Office du tourisme de Villebois-Lavalette (Charente) : www.charente-verte.fr

Onweb.fr permet de réaliser des sites variés avec pas uniquement des objectifs de vente et permet à des sociétés installées d'avoir facilement un relai sur internet de leur activités.

Je ne peux pas vraiment vous donner de chiffres de mes clients mais les plus gros sites réalisent jusqu'à 5.000 euros de vente par mois. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Cette solution s'adresse à tous : PME / artisans. onweb.fr doit représenter un levier, un tremplin pour se lancer dans l'internet. Il permet de réaliser rapidement un site basique mais aussi de rentrer dans des fonctionnalités de plus en plus sophistiquées.

L'outil présente l'avantage de gérer plusieurs langues et plusieurs devises.

Au niveau du catalogue produit, il est possible de gérer des variations de type taille / couleur.

Un gestion des stocks est aussi disponible.

Nous intégrons de plus en plus des technologies de type web2.0 qui permettent une saisie facilitée des formulaires et un enchainement des pages fluidifié. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Gratuit pour son utilisation. »

- Y a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« 5 euros pour héberger 1Mo d'images et de fichier. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Aujourd'hui avec onweb.fr vous pouvez ne prévoir aucun budget. Je fournis gratuitement une url du type www.monsite.onweb.fr avec laquelle vous pouvez communiquer auprès de vos clients. Petit à petit si les résultats se font probants alors vous pourrez investir en promotion (Google adwords...) et sur l'achat d'un kit graphique chez template monster par exemple (environ 50 euros)... sachant que nous fournissons aujourd'hui 9 templates de site différents. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Onweb référence automatiquement tous les sites créés auprès de Google avec la génération du fichier sitemap sur toutes les pages du site.

Vous pouvez ensuite activer votre référencement auprès de Google facilement.

Vous pouvez référencer votre site dans l'annuaire onweb.fr

Vous bénéficiez du pagerank du site onweb.fr et plus il y aura de sites onweb.fr plus la communauté bénéficiera de la visibilité collective... »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

- « Un outil de newsletter et d'email*
- Un outil pour créer, analyser des enquêtes client*
- Un outil de sondage*
- Un outil de web analytics pour analyser les visiteurs de votre site et optimiser votre référencement payant auprès de Google, Yahoo, Microsoft ou partenaires d'affiliation. »*

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Pas de compétences particulières. De bonnes notions de la suite office sont un plus. Quelques notions de blog sont aussi un plus. »

- Y a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Je m'efforce de rendre l'outil le plus intuitif possible avec des aides en ligne et contextuelles les plus présentes possible pour faciliter la gestion du site et je réponds à toutes questions par email dans les 24h... dans la mesure du possible. Toutes remarques sont les bienvenues... »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Un à deux jours de travail permettent d'avoir déjà un site fonctionnel permettant de réaliser des ventes. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Je propose 9 templates différent en sachant qu'avez des notions de base en codage HTML, ces templates sont à 100% personnalisables aussi bien au niveau de tous les textes, toutes les traductions

que des images et de la présentation. »

- Votre solution évolue t-elle ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Il y a des évolutions toutes les semaines de la plus simple à la plus complexe.

Les dernières grosses modifications ont été l'ajout du module multi-devises et de gestion des stocks.

Des choses plus simples ont aussi été intégrées comme la reconnaissance automatique du pays du visiteur pour afficher automatiquement la langue et la devise du pays du visiteur ainsi que le pays mis par défaut dans les formulaires. Ce sont des petites fonctionnalités web2.0 qui facilitent la navigation du visiteur. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Les clients et visiteurs sont informés en allant consulter la [page des modules du site](#). »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi vous choisir vous ?

« Le prix et le nombre de fonctionnalités disponibles. Je pense présenter la solution la plus complète en terme de modules sur le marché... A vous de le dire. 😊

Ceci dit : Onweb, c'est 10.000 programmes et l'intégration de plus d'une quinzaine d'outils différents (taille totale des fichiers sources 70 Mo) »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Aucune limite... Si ce n'est de faire un site qui juridiquement soit légal... ce qui me pose un problème aujourd'hui pour suivre tout cela... en sachant que certains sites sur [onweb.fr](#) ne sont pas trop ma tasse de thé... Mais bon... »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Oui bien sûr, cliquez vite sur le [lien](#) pour avoir gratuitement et sans limite un site onweb... »

[Oxatis \(http://www.oxatis.fr\)](http://www.oxatis.fr) a été créée en 2001 par Marc Schillaci et propose une plateforme de commerce en ligne pour TPE et PME. Ils ont su s'appuyer sur leur large expérience dans ce domaine pour proposer une solution très complète et sans engagement qui est aujourd'hui utilisée par plus de 3200 clients.

The screenshot shows the Oxatis website interface. At the top, there's a navigation bar with the Oxatis logo, partner logos for PayPal and PIC, and a button that says 'Créez votre site sans engagement'. Below this is a secondary navigation bar with the date '08:20 20 10 22' and links for 'Espace membres', 'Espace CEI', and 'Contact'. The main content area is titled 'La réussite de votre site marchand' and features three columns representing different service tiers: 'Web Premium' (20€), 'Commerce Pro' (35€), and 'Commerce Expert' (50€). Each tier lists specific benefits and features. To the left is a sidebar with various navigation links, and to the right is another sidebar with promotional content and a 'Nouveautés' section.

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« La société est créée en 2001 par Marc Schillaci. A ce moment il rentre des US où il a "inventé" ce métier : depuis 1997 sa société ebz.com a conquis plus de 10.000 utilisateurs. EBZ a été revendue à un fonds d'investissement canadien qui n'a pas de projet sur l'Europe et Marc entreprend de s'en occuper. Oxatis est née !

Aujourd'hui nous sommes plus de 15 personnes, le chiffre d'affaires entre 2005-2006 et 2006-2007 a progressé de 96 %, pour représenter environ 2 millions d'euros. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Le concept depuis 1997 donc mais toute la technologie a été repensée en 2001. Nous avons dépassé les 3200 clients cette semaine. Nous avons de 150 à 200 nouveaux comptes/mois en fonction des périodes de l'année.

Le prix moyen facturé par Oxatis a ses clients est de 44€/mois (moyenne en fonction des divers niveaux de services utilisés). Si tu souhaites connaître le panier moyen des clients de nos clients je t'invite à prendre connaissance de l'indice [OxIndexTPE200](#). »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ?

« Des témoignages sont disponibles sur <http://www.oxatis.com/Quelques-sites-et-temoignages-clients.htm>. Les "gros" font plus de 1.500 ventes par mois en moyenne, mais ça peut facilement doubler sur le dernier trimestre. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Nous nous adressons à tous ceux :

- qui recherchent une solution pour vendre en ligne (proposer des produits, faire des promo, avoir un panier d'achat, des modules de paiement, faire des emailings, etc.)
- qui veulent piloter eux-mêmes leur site, le faire évoluer souvent
- qui n'ont pas de connaissances en développement et gestion site/serveurs ou une équipe en interne

Il s'agit souvent des PME ou des TPE.

Quelques dizaines d'€/mois, en général moins cher que leurs frais bancaires (authentique !). »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Nos solutions sont sans engagement dans le temps. C'est mensuel, on ne demande rien d'avance ou comme frais de départ. On peut s'abonner 24/24 et 7j/7 en choisir/changer entre les 3 formules. Toutes incluent : le logiciel en ligne, l'hébergement, le support.

Les offres :

- Web Vitrine, pour avoir un site complet (nombreux composants de publication) avec un catalogue en ligne.
Cela inclut plusieurs centaines d'habillages, l'édition personnalisée de la présentation.
- Web Commerce, la même chose mais avec en plus un panier d'achat pour les clients, la gestion des commandes, l'export vers les moteurs marchands, etc.
- Web Expert, ce qui précède avec la vente aux professionnels (multi-tarifs, grille de remise par client ou catégorie de clients), les promotions dynamiques, le suivi de rentabilité des investissements publicitaires... »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Non, il n'y a plus d'options depuis 2 ans.

Nous proposons simplement un GSK (Graphic Starter Kit) à ceux qui veulent qu'on habille leur boutique avec leurs couleurs et logos.

Pour la mise en place d'un paiement bancaire c'est 100 € car il y a une intervention manuelle dont nous passerions bien (ça pourrait être plus automatisé côté banques). »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« La partie boutique est une goutte d'eau dans le total de l'investissement. Chez Oxatis c'est donc 35 € x 12 + PayPal (gratuit) = 420 la 1^e année.

Si on imagine que le client passe sur un abonnement supérieur avec une mise en place de banque, ça fait 50 € x 12 + 100 € = 700 € mais ça signifie qu'il aura déjà atteint un chiffre d'affaires de plusieurs milliers d'€/mois. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication et de référencement ?

« Pour les promotions dans le site, il peut appliquer un ensemble de règles en fonction de catégories de produits, de clients, de date, etc. Il peut aussi appliquer différents types de remises (% , valeur, produit complémentaire, etc.) et donner des codes ou coupons à des prospects ou clients.

En termes de promotion de ses produits à l'extérieur, il peut (c'est gratuit côté Oxatis) activer l'export vers les moteurs marchands : Shopping, LeGuide, Kelkoo, Pangora, etc. Eux se rémunèrent au clic. Le marchand peut également acheter des mots-clés dans les moteurs. S'il est en version E-Commerce Expert, il peut suivre chaque action très précisément et connaître sa rentabilité point par point et par période de temps.

Il peut aussi utiliser toutes les possibilités de l'emailing, envoyer des messages à ses clients ou prospects selon de multiples critères (zone géographique, dernière commande, montant acheté, etc, etc.).

Le référencement est optimisé (nous avons consulté les agences spécialisées sur cette question pour être adapté aux derniers raffinements) puisque par exemple, les clients peuvent éditer toutes les balises de leurs pages (une par une ou par catégorie ou pour tout le site), ajouter des liens internes à leur sites. Nous proposons aussi la ré-écriture d'URL, l'export de SiteMaps, des points d'insertion HTML pour les statistiques ou des contenus dynamiques, etc. et nous tenons tout ça à jour en permanence en fonction des évolutions des moteurs de recherche. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« Cf. réponse précédente.

Nous nous appuyons, comme nos clients, sur notre réseau de partenaires qui sont les grands acteurs du web. Nous plaçons nos clients au cœur de l'écosystème du web marchand. On fait les présentations (!), on négocie des offres de découverte des services (3.000 clics chez Kelkoo par exemple) et le talent de nos clients fait le reste.

Nos offres sont sans engagement : nos 3.200 clients peuvent librement nous quitter à tout moment. Ou leur projet peut capoter.

Nous mettons donc tout en œuvre pour assurer leur succès. Leur succès est notre succès. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Avoir une âme de commerçant, c'est un minimum !

Pas de compétences techniques, un peu de budget pour louer la solution, du temps pour travailler, de l'inspiration pour se faire une place sur un segment de marché.

En général ils ont tous ces talents puisqu'ils sont nombreux à y arriver. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Oui, nous avons une [base de connaissances](#) à laquelle ils ont accès à volonté. Elle est très complète (plus de 200.000 mots (nos traducteurs en bavent J) qui représentent des centaines de pages tenues quotidiennement à jour) et ils l'apprécient beaucoup. Il y a aussi des micro-vidéos de formation (2 à 5 minutes par thème).

Nous avons aussi un support en ligne qui est actif soir et week-ends pour les points les plus bloquants. C'est plus apprécié que le téléphone : réactivité sans attente, amplitude horaire, envoi de liens vers des exemples ou la base de connaissance et les clients se rendent compte aussi que le simple fait de taper leur question leur permet de mieux appréhender le problème. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« <humour>immédiatement s'il est assez rapide</humour>

En général, après quelques jours de travail s'il a déjà préparé son contenu et catalogue. Marc fait une conférence basée sur 24 heures de travail avant de vendre : c'est faisable. Une étude récente d'EBP dit que 92% des utilisateurs ont mis entre 15 jours et 1 mois. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Plus de 300 présentations différentes, toutes éditables par l'utilisateur lui-même s'il maîtrise le graphisme web. Il y a aussi des présentations avancées ou personnalisées faites par nous (GSK) ou par des graphistes certifiés (Centres d'Expertise Graphique – CEG).

Les sites sont dynamiques c'est-à-dire qu'ils font appel à des composants (marchands ou éditoriaux) dans lesquels le contenu et le contenant sont dissociés.

Mais les webmasters peuvent aussi composer des pages ou des éléments de pages sous forme de WebBlocks. Ce sont des pages que l'on peut éditer sans connaître le HTML ou le graphisme. On peut aussi y intégrer des éléments dynamiques, créer des formulaires, etc. C'est une exclusivité d'Oxatis qui permet aux non initiés de faire des choses compliquées, en partant de leurs besoins.

Un exemple ? Les brodeuses voulaient une page pour présenter des centaines de couleurs de fils à la fois et permettre les achats multiples. Pas besoin de développement spécifique ou de connaissance HTML/Java et autres. Un WebBlock avec des « éléments panier d'achat » et le tour est joué. Cela donne [ceci](#) »

- Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Nous sommes un pur ASP et faisons évoluer la plateforme au moins mensuellement (Cf. satisfaction et fidélisation des clients).

Il est indispensable de permettre à nos clients d'utiliser de nouveaux services apparus sur le web (flux RSS) ou innovations de partenaires (Receive and Pay).

Nous sommes fiers d'être toujours à la pointe des services.

Les évolutions profitent à tous sans exclusive, immédiatement. Il n'y pas d'options.

Voici les [récentes newsletters](#) pour juger sur pièce

Récemment :

- Gestion de la relation client, ciblage dans les emailings
- Optimisation des liens dynamiques pour le référencement
- Amélioration du suivi des commandes
- Intégration de Receive and Pay de FIA NET
- etc. »

- Y a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« On peut suivre nos évolutions par le biais des newsletters qui sont archivées [ici](#).

Le blog de Marc reprend pas mal de questions pour les expliquer ou aborder leur angle "bénéfices". »

**- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?
Pourquoi vous choisir vous ?**

1. « La puissance fonctionnelle
 - Les fonctionnalités marchandes qui sont très avancées :
 - La gestion de la boutique
2. La vente BtoB
3. Les moyens de paiement (PayPal Express n'est pas intégré par tout le monde)
 - Les WebBlocks, une exclusivité
4. Les composants, très riches, qui permettent de faire un vrai site marchand avec tout ce qu'il faut autour plutôt que de bricoler des pages HTML
5. Les évolutions fréquentes
6. La fiabilité et la sécurité d'une ferme de serveurs

Nous servons des clients TRÈS exigeants et gourmands en termes de ressources (envoi d'emails promos, période des fêtes, etc.)

Ils obtiennent d'Oxatis :

 - une forte bande passante
7. une disponibilité très forte des serveurs (>99,96 % depuis 6 ans)
8. une sauvegarde des données
9. une protection des données contre les intrusions, attaques, etc.
10. de ne pas avoir à changer de machine quand leur activité évolue. C'est un point très bloquant pour de nombreux e-commerçants dont le succès menace le serveur
11. L'expérience

Apportée par ces clients et les années passées sur les réponses apportées à leurs besoins.
12. La tarification

Economique et sans engagement, c'est ce que permet la mutualisation sur un volant de clientèle aussi important.

Il ne s'agit pas de dumping : Oxatis est rentable depuis sa création et s'autofinance. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Nous n'imposons pas de limite et avons des clients qui gèrent des dizaines de milliers de produits ou de contacts dans leur base.

Il y a déjà 3 langues d'administration (FR, ES, IT) pour les sites et 6 langues (+GB, DE, NL) pour les boutiques.

Il y a des seuils de consommation qui donnent lieu à une facturation complémentaire pour les GROS sites. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Oui, nous créons des versions de 30 jours pour certains prospects et pour les journalistes. »

PEEL

(Propos recueillis en Octobre 2007)

La plateforme [Peel](http://www.peel.fr) (<http://www.peel.fr>) (ma Petite Entreprise En Ligne) propose de nombreuses solutions en matière de marketing.

ACCUEIL | S'INSCRIRE DANS L'ANNUAIRE | Ma petite entreprise | D'identifier | D'enregistrer | CONTACT | SUPPORT TECHNIQUE | 34 utilisateurs connectés le 12-02-2008 17:11:03

MA PETITE ENTREPRISE EN LIGNE

boutique en ligne et création de sites marchands pour les petites entreprises
optimisation des ventes, stratégie et solutions e-commerce, référencement de boutique en ligne, audit, conseil
Renseignements commerciaux : 01 43 37 95 51 - ou par mail : info@peel.fr

Accueil | Solutions e-commerce téléchargées | Solutions e-commerce hébergées | Solutions autres | Modules complémentaires | Panier (0) | Annuaire

L'actualité de e-commerce et de la vente en ligne : (Blekk), un (autre) joueur de Google

Cliquez ici pour découvrir la nouvelle version de notre solution de boutique en ligne

Vous souhaitez revendre la solution en marque blanche : nous contacter
Vous avez déjà une boutique en ligne et vous souhaitez la transformer en boutique PEEL.FR, nous ne vous facturons qu'à l'échéance de votre ancien prestataire : nous contacter

	Solutions téléchargées		Solutions hébergées	
	SHOPPING	PREMIUM	POWERSELL	INTEGRALE
Prix 1ère année	0 €	250 €	325 €	550 €
Prix 2ème année	0 €	-	150 € / an	150 € / an
Mise à jour	-	-	-	-

* Mise à jour gratuite si le code n'a pas été modifié, sur devis si vous modifiez le code source.

Acheter : cliquez ici | Exemple / Démonstration : cliquez ici

fonctionnalités : en savoir plus >>
Hébergement : en savoir plus >>
Solutions autres / Options disponibles : en savoir plus >>

Boutique en ligne gratuite | Boutique en ligne en kit | Boutique en ligne

peel.fr en quelques clics
Télécharger PEEL SHOPPING v3.0 beta
Shopping & Premium
Mon compte
Support technique
Contacts
S'inscrire dans l'annuaire
Ma petite entreprise

Les dernières versions
PEEL SHOPPING v3.0
PEEL PREMIUM v5.0
PEEL IMMO v3.3

Le site du mois
Vous partez au ski, testez les nouvelles chaînes à neige composite Michelin. Découvrez Easy-grip.eu

Informations
PEEL
Actualité des E-boutiques
Développement

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Notre société a été créée le 1er janvier 2004 et compte quatre personnes, pour un chiffre d'affaire de 100 k€ en 2006 et qui sera supérieur à 200 k€ pour 2007. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ?
Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Notre solution est distribuée depuis le 1er janvier 2004 et nous comptons 669 clients hébergés pour un total d'environ 3000 clients.

Le panier moyen des clients est de l'ordre de 300 € HT. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Voici six de nos clients :

- springcourt-eshop.fr : chaussures
- 3dvf.fr : informatique
- naturelle-attitude.com : bio

- marmottine.fr : bijoux
- la-montre.fr : montre
- sportri.com : sport
- Etc...

Le nombre de ventes par mois de nos plus gros clients oscille entre 1 000 et 1500 (atteint en juin 2007). »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« La solution s'adresse au TPE / PME et aux webagency qui désirent une solution plus souple qu'osCommerce. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Je dirais que le budget minimum nécessaire pour se lancer dans le e-commerce avoisine les 2 500 € HT mais que pour réussir, il faut compter 10 000 € HT. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ?

« Notre solution offre la possibilité d'effectuer des ventes flash, des ventes privées, des promotions par produit, des promotions par client, un système d'affiliation, de parrainage, de chèques cadeaux ou de coupons d'anniversaires. »

- Et en matière de référencement ?

« Nous les pages des sites créés avec notre solution sont optimisées pour le référencement et utilisent la technique de réécriture d'URL. Nous mettons en place des audits et effectuons un positionnement sur mesure de la boutique. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Il faut savoir au minimum découper et optimiser une photo. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Oui, il y a une formation avec un webmaster spécialisé à l'ouverture de la boutique. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Le commerçant peut utiliser sa boutique en 96h si elle n'est pas personnalisée. Il faut compter trois semaines pour une solution sur mesure. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Nous proposons un ensemble de templates prêts à être utilisés : j'intègre peel dans la totalité des chartes de templates monster. »

Nous pouvons également réaliser des chartes graphiques sur mesure que nous faisons sous-traiter par une graphiste à Marseille.

Nous offrons aussi la possibilité de personnaliser la feuille de style à volonté car il n'y a aucune limite de code source, mais cela requiert alors des compétences en CSS2 / XHTML. »

- Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Oui, elle évolue une fois par trimestre et ces mises à jour sont gratuites si je ne les installe pas. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Oui, notre site peel.fr. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Nous offrons le meilleur rapport qualité / prix du marché et la meilleure réactivité. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Aucune. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Oui, la version non personnalisée est disponible sur <http://premium.peel.fr> »

PowerBoutique

(Propos recueillis en Octobre 2007)

La plateforme [Power Boutique](http://www.powerboutique.com) (<http://www.powerboutique.com>) possède un support téléphonique bien rôdé, notamment grâce à un effectif comptant pas moins de 33 personnes.

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Notre société a été créée en juin 2001 et compte 33 personnes, pour un chiffre d'affaire de 2 millions d'euros en 2007. »

- Combien de clients comptabilisez-vous ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Nous comptons 2000 clients.

Le panier moyen de nos clients se situe aux alentours de 136 € TTC sur le 1er quadrimestre tous secteurs confondus, évidemment il existe une grande disparité selon secteurs (supérieur à 550 € dans le secteur Hifi-Photo-Video). »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ?

« Plus de 25% soit 500 sites clients sont présentés sur <http://www.powerboutique.com/e-commerce/decouvrez-clients/clients.cfm> et classés par secteurs d'activité.

Parmi ceux-ci :

- mageekstore.com,
- boutique.stade.fr,
- starbagg.com,

- aeroportbeauvais.com,
- couteaux-center.com... »

- Si cela n'est pas indiscret, pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Nos plus gros clients ont plus de 6000 commandes par mois et des chiffres d'affaires mensuels supérieurs à 500 K€. »

- A qui s'adresse votre solution ?

« A toutes les entreprises, TPE ou PME, décidées à développer leur chiffre d'affaires avec un site Internet commercial simple à administrer. »

- A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« A partir de 540 € / an. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Nous proposons quatre versions pour des tarifs annuels de : 540 €, 780 €, 1200 € et 1800 €. »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Oui, mais cela reste optionnel : vous pouvez les consulter [ici](#).

Il y a notamment l'installation d'un TPEV (sauf Paypal, Receive&Pay et 1euro) ou l'intégration de Fianet, de templates graphiques personnalisés. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Il faut réunir au minimum entre 3000 à 5000 €, dont la majorité seront dépensés en e-marketing (donc malheureusement hors-PowerBoutique...), ce qui reste un montant ridicule par rapport au coût de lancement d'une boutique physique et compte tenu du potentiel de l'e-commerce français. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ?

« Nous proposons l'export automatique vers les moteurs marchands ainsi que des tarifs négociés chez de nombreux autres comparateurs. Nous effectuons également des mesures de performance des actions e-marketing (ROI, visites, commandes, CA). »

- Et en matière de référencement ?

« Le code que nous produisons est propre, ce qui ne pénalise pas l'indexation (nombreux exemples performants).

Nous ajoutons des fichiers Google Sitemap et mettons en place un module d'optimisation au référencement (balises).

Certaines de nos options : “Coach dédié” (formation et transfert de compétence pour faire acquérir au e-commerçant les fondamentaux d’un bon ref. naturel) et “Référencement” (mise en place d’une campagne de référencement) permettent de favoriser le référencement. »

- Qu’offre votre solution en matière de marketing ?

« Notre solution offre en matière de marketing :

- Une ouverture vers tous les systèmes tiers, offrant liberté de choix initiale et future,
- De très nombreuses fonctions d’animation commerciale du catalogue et de fidélisation client,
- Un moteur de règles commerciales pour l’attribution de remises de tous types : cadeau, bon d’achat, franco de port, prix dégressifs, promos simples ou conditionnées, prix ou pourcentage selon le profil du client,
- Un rapport de statistiques de consultation graphique et synthétique,
- Un rapport d’activité graphique et synthétique,
- Un éditeur de formulaires et une gestion de liste de diffusion d’emails,
- Une gestion de zones de contenus libres pour la mise en avant des offres et accroches,
- Un système de paiement “Multi-modes”,
- Un espace “Compte client” pour la visualisation du suivi des commandes en cours et de l’historique. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Au delà du savoir-faire commercial indispensable à la réussite de leur site, des compétences dans les outils bureautiques communs (copier/coller), la familiarisation avec le clavier et la souris et un savoir-faire minimum en traitement visuel (redimensionnement/optimisation poids) sont requis. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d’une boutique ?

« Nos clients ont accès à une assistance utilisateur par téléphone et mail ainsi qu’un guide utilisateur et des bulles d’aides sur toutes les fonctions. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« La licence PowerBoutique est livrée dans un délai de 48h maximum après commande. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Au niveau du graphisme, nous proposons :

- Une bibliothèque de templates prêts à être utilisés,
- Un module assistant la personnalisation du template sans compétences html,
- Un espace FTP autorisant l’import d’une charte graphique sur mesure par le client,
- La possibilité d’intégrer un espace e-commerce PowerBoutique dans un site Internet existant,
- Une option de personnalisation graphique d’un template choisi à l’image de la société,
- Et une autre option de réalisation sur mesure d’un gabarit graphique et ergonomique. »

- Votre solution évolue t-elle ?

« Oui, heureusement, nos abonnés bénéficient de notre programme de mises à jour.

Les développements de fonctionnalités sont priorisés en fonction du degré d'attente des e-commerçants : fonctions à valeur ajoutées plutôt que gadgets.

Il y a deux types de mises à jour :

Celles d'enrichissement fonctionnel (ajout de nouvelles fonctionnalités ou approfondissement de fonctionnalités existantes) et celles de rationalisation (maintien en conformité avec environnement Internet/Juridique). »

- Si oui, tout le monde peut en profiter directement ?

« Oui, sans surcoût, c'est inclus dans l'abonnement annuel. »

- A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Elle est mise à jour en moyenne une fois par trimestre. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Oui :

- Pour nos clients : c'est directement accessible dans leur Back-Office et via la newsletter,
- Pour nos prospects : via le comparatif fonctionnel sur www.powerboutique.com. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

« Il y en a plusieurs :

- **Avantage 1 : la réussite de nombreux clients.**
Nos clients s'engagent sur 12 mois et ont une réelle ambition en matière de ventes pour leur site. Un grand nombre de sites PowerBoutique témoignent de leurs performances commerciales.
- **Avantage 2 : la fidélité de nos clients.**
La logique d'abonnement annuel est très exigeante en matière de qualité de service (hébergement, assistance, évolutions fonctionnelles). 90% des clients renouvellent chaque année leur abonnement.
- **Avantage 3 : la liberté de choix.**
PowerBoutique est indépendant et veille à garantir une liberté totale à chaque client dans le choix de ses autres partenaires commerciaux (logistique, Gesco, paiement, graphisme, e-marketing...).
- **Avantage 4 : l'expertise de notre porte-feuille clients.**
Le nombre d'e-commerçants dynamiques et expérimentés de la plateforme, gage de la puissance fonctionnelle de notre solution et de la pertinence de nos mises à jour.
- **Avantage 5 : la solidité de notre entreprise.**
Nous comptons 33 salariés dont 10 développeurs, 411000 € de capital social, 6 ans

d'expérience et 2000 abonnés actifs.

- *Avantage 6 : l'ergonomie de l'interface d'administration, alliant une prise en main intuitive pour le novice et efficace pour l'habitué.*
- *Avantage 7 : le degré d'ouverture graphique.
Développée initialement pour des web-designers, PowerBoutique offre un degré de personnalisation exceptionnel des Front-offices clients.*
- *Avantage 8 : les petits prix partenaires grâce aux conditions négociées chez de nombreux partenaires e-commerce de référence (e-marketing, paiement, ...). »*

- Pourquoi vous choisir vous ?

« Qui d'autre en France compte 2000 abonnés e-commerçants fidèles avec des sites en activité et des résultats à la clé ? PowerBoutique, c'est plus qu'une solution de création de boutique en ligne : c'est une plateforme destinée à développer ses ventes grâce à un site Internet simple à utiliser. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« L'engagement sur 12 mois rend notre solution plutôt réservée aux professionnels décidés et ambitieux.

Elle ne correspond qu'aux e-commerçants implantés dans zone Euro.

Elle ne permet pas la vente de produits téléchargeables ou les réservations hôtelières ou de voyages.

La base de données des articles est optimisée pour un catalogue contenant jusqu'à 3000 références, au-delà il faut procéder à une étude au cas par cas. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ?

« Oui, il faut même le faire avant de se décider !

Un formulaire de demande d'essai est disponible sur <http://www.powerboutique.com/e-commerce/essai-gratuit/essai-gratuit.cfm>

Un rendez-vous téléphonique préalable est nécessaire pour comprendre projet et définir la version à tester.

Une période de test d'une semaine est définie avec le demandeur. »

Proxi-Store

(Propos recueillis en Février 2008)

Il existe également des plateformes très spécifiques. C'est le cas ici avec [Proxi-Store](http://www.proxi-business.com) (<http://www.proxi-business.com>) une solution destinée aux points de vente des enseignes de supermarchés.



PROXI BUSINESS
commerce électronique

Le spécialiste du supermarché en ligne

SOCIÉTÉ PRESTATION DEMARCHE POINTS FORTS NOUS RECRUTONS PARTENAIRES CONTACT

> FOUILLE de l'expert
Olivier BOURGEOIS

Proxi-Store
commerce électronique

Proxi-Business a conçu une offre sur mesure pour les supermarchés. Bâtie autour de la plate-forme de e-commerce Proxi-Store, cette offre comprend un accompagnement du supermarché tout au long de l'élaboration du projet de vente en ligne

> en savoir plus

Nos clients :
[Intermarché Savsins \(38\)](#)

01 / 2008
>> Nouvelles ouvertures
Janvier 2008

En Janvier 2008, Proxi-Business a ouvert le 1er site e-commerce du Groupe Coop Alsace. Le Point d'Oberrhein procède en effet depuis le site internet www.messachels-net.coop la commande des courses en ligne, la livraison à domicile ou le retrait au Drive de l'hypermarché. Une première qui n'est restée pas là puisque l'enseigne alsacienne a d'ores et déjà annoncé qu'elle souhaitait couvrir l'ensemble du département au plus vite !

> en savoir plus

>> Revue de presse
Découvrez articles et reportages

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Proxi-Business est SARL créée en 2003, au capital de 216080 € et qui compte aujourd'hui 7 collaborateurs répartis sur 3 sites : Grenoble, Nantes et Strasbourg.

Proxi-Business vise un CA 2008 de 900 K€. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Proxi-Business intervient des études en amont (stratégie, geomarketing...) jusqu'à la mise en place de la logistique de préparation et de livraison.

La plate-forme de commerce électronique Proxi-Store existe depuis 2003 (et même plus car Proxi-Business est la continuité d'une activité e-commerce débutée dès 1998 - notre plus ancien client va donc fêter ses 10 ans en 2008).

Aujourd'hui, nous comptons plus de 50 super, hypermarchés... indépendants ou enseignes. Nous allons plus que doubler ce nombre en 2008. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Nos clients sont des points de vente des enseignes Leclerc, Super U, Intermarché, Champion, G20, Biocoop, Coop Alsace, Provencia... »

Notre plus important client réalise 6% de son CA par internet soit pour 2007 environ 1.7 M€. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Proxi-Business est spécialisée dans l'accompagnement du commerce traditionnel dans sa démarche de commerce électronique et de "store picking" (préparation des commandes dans le point de vente).

Nous travaillons également maintenant sur ces projets "entrepot centric".

Spécialisée dans l'alimentaire, nous ouvrirons dans les prochaines semaines des sites pour de la vente en non alimentaire.

Le génie civil, la communication et les moyens humains sont les principaux postes de charges pour lancer un vrai projet de commerce électronique. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Notre solution complète (études, plate-forme, design, base produits, formation, aide logistique...) est proposée à 15K€ ce qui correspond à un prix "clé en main". »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Notre formule est tout compris. Mais nous commercialisons également en plus des solutions de communication on et off line, de matériel (caisse chariot de préparation, véhicule, terminaux de préparation...). »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Pour un point de vente, cela représente y compris les moyens humains et matériel (dont véhicule) un minimum d'investissement de 75000 €. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication et de référencement ?

« Nous réalisons le design du site et des véhicules de livraison (qui représente en commerce de proximité le meilleur outil de communication). Nous pouvons réaliser l'ensemble de la charte graphique de notre client. En ce qui concerne le référencement, nous assurons le référencement de base dans les principaux moteurs de recherche et travaillons sur de nouvelles solutions externalisées. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« Nous accompagnons nos clients dans toute la démarche marketing. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Sur le plan technique aucune, c'est la force de notre plate-forme et de son back office, le plus abouti sur le marché du e-supermarché. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Nous sommes agréé Formation. Nous formons nos clients in situ, sommes en support permanent et une aide en ligne est disponible. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Cela dépend surtout de nos clients (il y a des contraintes internes ; matérielles et humaines). Le délai raisonnable est de 2 mois. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Notre dernière plate-forme est modulable à l'infini ce qui est une obligation pour nous qui travaillons avec de nombreuses enseignes souvent concurrentes. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Notre plate-forme est en évolution constante. L'ensemble de nos clients peut en profiter. Nous venons de finaliser une nouvelle version de la plate-forme avec plus de 100 évolutions. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Non. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Nous sommes la seule société à offrir une palette de services complète pour la distribution traditionnelle. Notre vocation est de développer du CA additionnel au point de vente. Nous intégrons le e-commerce dans le mix de la distribution. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Pas de limite particulière. Nous travaillons sur des projets avec des catalogues de plusieurs dizaines de milliers de références en multi-langues pour l'international. »

Rentashop

(propos recueillis en Octobre 2007)

La particularité de Rentashop (<http://www.rentashop.fr>) est qu'ils ont une communauté (les "Rentashoppers") qui s'entraide et complète le support de l'entreprise et sa hotline, ce qui permet de bénéficier d'un support de qualité.

rentashop.fr

Rayons, sous-rayons

Actualités Nos offres Démo Références Tarifs Louez Contact

Pour recevoir notre actualité : Abonnement : Désabonnement : Valider

La solution complète de commerce en ligne

Les boutiques Rentashop

Nouveau : connexion avec Expeditor Inet inclus dans toutes les boutiques Rentashop pour 0 € !

Pas d'investissement hasardeux, un logiciel de commerce électronique fiable, complet et facilement paramétrable, l'hébergement compris dans la licence. Développez votre activité commerciale sur Internet au rythme des mises à jour de notre logiciel, et bénéficiez de tous les outils à votre disposition dans le backoffice de la boutique Rentashop pour dynamiser vos ventes, gérer vos expéditions, votre facturation et créer ou modifier vos rayons et vos fiches articles.

Notre logiciel de commerce en ligne est compatible avec tous les systèmes d'exploitations, toutes les navigateurs, tous les modes de paiement et tous les moteurs de recherche.

Nos dernières boutiques

plus de boutiques Rentashop >>

Essayez Rentashop, c'est gratuit !

Pourquoi choisir Rentashop ?

En fonction de vos besoins et de votre stratégie commerciale, choisissez entre les 3 versions de la boutique Rentashop.

- Tableau comparatif

On parle de Rentashop...

Saisissez votre n° de téléphone dans la

Passez au commerce en ligne dès demain avec les packs Rentashop.

Une boutique en ligne avec paiement par carte bancaire à partir de 49,00 €/mois, c'est Rentashop Light ! Gestion des stocks, expéditions de documents

Une boutique en ligne avec paiement par carte bancaire à partir de 49,00 €/mois!

rentashop light

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« La société PH+ / Rentashop a été créée par Jérôme Pautex (24 ans), concepteur de programmes en PHP MySql, et moi-même, François Huet (45 ans), graphiste de formation et intégrateur web ayant une longue expérience du commerce et de la distribution.

Freelance, mais travaillant régulièrement ensemble sur des projets web depuis 2001, une boutique réalisée pour une de nos agences partenaires nous a donné l'idée de créer Rentashop fin 2004 et nous avons décidé de monter une société pour gérer cette solution e-commerce ASP.

En juin 2005, nous lançons Rentashop dans une version déjà bien aboutie et marquée par notre philosophie "mutualiste" : le concept étant de mettre à la disposition du public un outil simple d'utilisation, ergonomique et efficace, développant de nouvelles fonctions en suivant les besoins de notre clientèle. Jérôme a mis tout son talent dans la programmation de cette application, pendant que

je m'appuyais sur mon expérience de directeur artistique et chef de projet pour apporter le plus de conseils et de support possible à une clientèle souvent novice en matière de web.

Nous travaillons à distance grâce à des outils que nous avons développés nous-mêmes et au besoin faisons appel à notre réseau de spécialistes freelance pour des besoins particuliers, mais la plupart de nos travaux sont réalisés en interne. Cette façon de concevoir notre business nous offre une très grande souplesse et nous permet de répondre à toutes les attentes de nos clients avec une grande réactivité. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Rentashop est commercialisé depuis juin 2005, mais le réel décollage de notre société date de la rentrée 2006. Rentashop héberge une soixantaine de sites marchands dont plus de la moitié est gérée par des agences partenaires, le reste directement par notre équipe. Il est donc difficile d'établir une moyenne, mais nous mettons en ligne de 2 à 5 boutiques par mois. En terme de panier moyen, là encore, difficile de donner des chiffres : de la petite association qui vend ses tee-shirts pour sponsoriser une team de compétition moto à l'entreprise qui vend des miroirs chauffants en B2B, c'est le grand écart... mais si on regarde uniquement les projets médians, on peut établir une moyenne autour de 70 euros par panier. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de vente par mois font vos plus gros clients ?

*« Choix difficile... une de nos particularité est l'implication de l'équipe Rentashop dans les projets de nos clients (s'ils le souhaitent, bien entendu), chacune de ces boutiques est un peu notre bébé aussi 😊
Mais prenons en 5 :*

- La boutique du chanteur honni des coiffeurs : Mathieu Chédid (<http://m.attitude-shopping.com/>) est l'une des boutiques d'artistes que nous comptons parmi nos rangs. C'est l'une des plus anciennes boutiques que nous avons créé en collaboration avec l'agence Attitude qui gère de nombreux sites d'artistes.*
- Mademoiselle Bio (<http://www.mademoiselle-bio.com/>) nous tient particulièrement à cœur. C'est l'une de nos boutiques dans le domaine du bio et une réalisation dont nous sommes particulièrement fiers. Violette Watine, la fondatrice, nous pousse dans nos limites en permanence et chacune de ses requêtes est un plus pour l'ensemble de la communauté des utilisateurs de Rentashop. Elle a bien compris notre approche mutualiste et son exigence profite donc à tous.*
- Verelec (<http://www.verelec.net/>) est une société qui distribue des miroirs chauffants en B2B et qui utilise Rentashop comme son outil principal de gestion : "Rentashop est devenu spontanément notre système d'informations principal : Rentashop est notre outil de communication interne, notre outil de gestion commerciale, notre outil de gestion des stocks et notre outil de gestion de production et logistique...". C'est un bon exemple de boutique B2B qui tourne sur notre solution.*

- *Animal Othèque (<http://www.animal-othèque.com/>) est la plus grande librairie animalière Française et un exemple de notre version “multi-vitrines”. Une des spécificités de Rentashop est d’offrir à ses clients la possibilité de gérer plusieurs vitrines autour du même BackOffice, de la même base stock, c’est donc tout naturellement que des groupes tels que Cophipublishing se tournent vers nous pour optimiser leur action sur le web. Cette société originellement spécialisée dans la presse animalière et l’édition opère un virage vers la publication en ligne et Animal Othèque est l’un des sites de ce groupe.*
- *Pour finir je citerais Exyste (<http://www.exyste.com/>) qui est un bon exemple d’une réalisation “maison” et la vitrine d’une marque de phytocosmétique Française qui nous a confié la réalisation complète du projet. En effet, nous ne nous contentons pas de mettre à disposition des web marchands un outil complet et efficace, nous agissons en conseil et mettons notre savoir faire en matière de communication et de design au service de nos clients.*

Le monde de l’édition s’intéresse beaucoup à Rentashop dans sa version multi-vitrine et nous travaillons en ce moment pour un autre groupe d’édition Français pour qui nous préparons plusieurs boutiques.

En ce qui concerne le C.A. de nos clients, nos plus gros clients font une moyenne de 30.000 euros de C.A. / mois. »

- A qui s’adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s’adresser à vous ?

« Nous avons conçu Rentashop comme un outil universel et répondons aux demandes de tout type de société, mais il semble que nous soyons particulièrement attractifs pour des activités e-commerce en création. En effet, notre capacité à manager un projet dans son intégralité (le logiciel, le conseil communication et marketing, notre capacité à concevoir des interfaces graphiques professionnelles) et à l’accompagner dans son développement est, au dire de nos clients, ce qui fait notre force. De plus, notre structure légère nous permet de proposer des tarifs particulièrement avantageux au regard des prestations apportées.

Prenons, par exemple, le cas d’un site en création : en choisissant notre formule “Full” qui offre toutes les fonctions d’une boutique pour 99€ par mois et en se basant, pour le graphisme, sur un template disponible à partir de 50 euros, il suffit de choisir notre pack “Graphi+” à 990 euros pour se lancer dans la bataille. Un budget excédant à peine 2000 euros pour la première année rend notre solution attractive pour des projets en création. Nos prestations de conseil (compris dans le pack) et notre backoffice ergonomique et complet fait que nos créateurs restent clients même lorsque leur projet décolle fort, comme c’est le cas de certains. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Notre solution complète revient à 99 € par mois, mais nous proposons également une version “light”, idéale pour intégrer une boutique à un site existant à partir de 49 €. La version multi-boutiques revient au prix de la version complète + 49 euros par boutique supplémentaire : 5 boutiques, par exemple, reviennent à 299€ / mois. »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Non, tout est compris dans Rentashop... c'est notre philosophie, les seuls suppléments sont ceux relatifs aux programmes que nous développons en parallèle de nos boutiques. Par exemple l'interaction de Rentashop avec la solution informatisée de préparation et gestion des envois de la Poste Expedito I-Net, est intégrée à notre solution sans surcoût. Un blog sur base Dot Clear, un programme spécifique pour la distribution de fichiers numériques, un programme de jeu / test, tout est possible avec Rentashop. Pour ce type de programmes, nous offrons des solutions d'hébergement à 15 € / mois et les programmes sont développés par nos soins aux tarifs du marché. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Je ne peux répondre que pour nos propres clients, car si l'on veut vraiment dépenser son argent, on peut atteindre des sommes impressionnantes, en ce qui nous concerne, tout dépend du projet, bien entendu, mais si l'on considère un projet "moyen" qui part de zéro et dont l'objectif est de "nourrir son homme", on peut tabler sur un investissement de départ d'environ 3500 euros pour le site (incluant la licence pour un an). Pour la promotion du site, un budget référencement et achat de mots clé de 2000 à 5000 euros peut-être considéré comme raisonnable, bien que nombre de nos clients fassent eux même le travail de référencement grâce aux outils fournis par Rentashop. Pour l'entretien du site, tout dépend du rythme auquel on souhaite rafraîchir sa charte, mais une refonte graphique et son intégration peuvent revenir à environ 1500 euros. Pour ce qui est de nos tarifs d'intervention, nous pratiquons une politique tarifaire privilégiée pour nos clients. Un système de "bons d'intervention" sera très bientôt en place et permet d'offrir des tarifs horaires très intéressants. Une intervention (ajout d'une nouvelle fonction, par exemple) sur une de nos boutiques peut se faire pour 30 euros seulement. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Notre version "Full" est dotée d'un système d'emailing, d'une fonction "suggérer à un ami", d'un système de commentaires clients, d'un livre d'or, d'un système de publication de news (mais de nombreux clients y adjoignent un blog, très efficace pour le référencement), un système d'export des bases articles vers les guides d'achat, un système de points fidélité, de codes promo, de promotions par article, rayon, sur le port, etc. La liste est longue, mais résumons : nous mettons à disposition tous les outils nécessaires. Seul manque encore le parrainage qui sera opérationnel cet automne. Pour le référencement, nous n'avons pas trouvé encore "la mariée", l'offre est pléthorique et confuse, aussi n'avons nous pas encore choisi de partenaire (c'est une invitation) mais avons adapté notre logiciel aux demandes des prestataires de nos clients, ce qui fait qu'aujourd'hui l'outil est prêt à l'emploi pour n'importe quel référenceur, mais aussi pour ceux qui préféreraient le gérer eux-mêmes. Une de la particularité de Rentashop est son esprit "communautaire". Nos clients se retrouvent sur un forum intégré à notre backoffice pour s'échanger conseils et astuces en matière de référencement et sur tous les sujets relatifs à la vente en ligne. Ce forum est un outil extraordinaire, aux dires de nos clients, car il leur permet de faire évoluer leur activité en s'appuyant sur l'expérience de chacun. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Nous avons voulu concevoir un outil universel à la portée de tous, et il semble que ce soit une réussite, si j'en crois les utilisateurs. En théorie, il suffit de savoir naviguer sur le web, avoir environ 10 doigts, un cerveau en état de fonctionner, deux yeux et beaucoup d'énergie pour se lancer dans l'aventure. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Bien sûr, c'est ce qui fait notre force : nos clients sont en rapport direct avec les spécialistes qui agissent sur leur boutique. Notre soucis étant de nous mettre à leur portée et de ne pas leur parler "technique". Notre hotline est disponible sans limites pour les clients qui ont choisi notre pack d'intégration. Ceci est rendu possible par le soin que nous avons apporté à notre backoffice : aide en ligne, aide contextuelle, forum, hotline, tous les outils sont à disposition. Nous sommes également en mesure de former certains utilisateurs à la gestion des images, de les aider à rédiger leur contenu texte, nous leur apportons des conseils pour la gestion de leur logistique etc. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« En théorie, si le projet est bouclé, qu'il dispose de ses textes, tarifs, photos, il peut se mettre en action en moins de 24h. Dans la pratique c'est sûr, c'est différent. Il faut compter avec la réactivité des banquiers pour la mise en place d'un système de paiement (ça peut parfois prendre plus de 2 semaines), et avec le niveau de préparation du projet du client. Il faut savoir que préparer son catalogue, textes, photos, prix ; définir sa politique tarifaire en matière de frais d'expédition, établir sa grille de transport, bref mettre en place sa boutique peut prendre malgré tout un certain temps, c'est pourquoi nos clients disposent d'un délais pouvant aller jusqu'à 3 mois d'utilisation gratuite avant pour y parvenir.

Globalement, le temps de gestation d'une boutique s'étale de 2 à 8 semaines, en moyenne... mais de notre côté, il nous faut au maximum 24 heures pour mettre une boutique à disposition du client. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Une de notre particularité est que nous pensons que chaque projet mérite un soin particulier. Dès le départ, nous avons conçu Rentashop pour permettre la plus grande liberté de création, il n'y a qu'à voir la variété des styles des boutiques de nos clients. Nous sommes plus qu'un fournisseur de solutions en ligne, nous agissons en tant que webagency en réalisant des chartes graphiques originales et intégrons aussi des chartes fournies par nos clients. Une des solutions préférées de nos clients consiste à choisir un des templates disponibles sur notre plateforme (des centaines de chartes disponibles) et de nous en confier l'adaptation et l'intégration. Cette solution offre un double avantage : un prix dérisoire pour la création graphique pour un résultat hyper pro au final.

Nous travaillons sur une version pré-formatée utilisant une structure en CSS et une interface permettant de gérer soi-même son graphisme et l'intégralité du texte, mais soyons réalistes, une bonne boutique doit faire appel à des professionnels et une charte "fait maison" n'inspirera jamais la confiance nécessaire à l'internaute. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Fort heureusement oui, et en permanence. Le plus souvent la demande provient du forum des Rentashoppers (les utilisateurs les plus actifs de notre logiciel). Nous agissons alors immédiatement si la demande ne nécessite pas de grandes modifications du programme. Chaque utilisateur ayant ses besoins spécifiques, nous avons parfois des demandes pour développer telle ou telle partie du programme. Toute amélioration est immédiatement disponible pour l'ensemble des boutiques, elles touchent, en général, au backoffice, mais par exemple le mois dernier, nous avons ajouté une fonction "livre d'or" pour que les visiteurs puissent laisser un commentaire sur la boutique, en complément de notre système d'avis client qui porte sur les produits. Cette fonction est maintenant disponible par défaut sur nos boutiques, mais pour les clients plus anciens, nous avons dû intervenir dans le code HTML de leur site. Pour ce type d'intervention, nous proposons un forfait (en l'occurrence 30 €) pour l'intégration de la nouvelle fonction, mais la plupart des améliorations mutualisées sont gratuites. Aujourd'hui, le logiciel est abouti, la plupart des améliorations portent sur l'ergonomie du backoffice. Notre objectif étant de rendre le travail de nos clients plus facile, c'est donc tout naturellement que nous écoutons nos clients pour leur fournir le meilleur outil, en fonction de leurs demandes. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Vous connaissez l'adage selon lequel ce sont les cordonniers les plus mal chaussés... notre site www.rentashop.fr aurait besoin d'un peu de réorganisation, mais on y trouve toutes les informations utiles. Nous avons mis en place la semaine dernière une newsletter pour annoncer nos événements (dîners en ville des Rentashoppers, par exemple), une autre newsletter sera bientôt utilisée pour informer nos clients des nouveautés, jusqu'ici ce n'était pas vraiment nécessaire car nous sommes en contact permanent avec nos clients, mais notre succès grandissant nous pousse à anticiper en fabricant les outils nécessaires. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Je crois avoir longuement développé déjà, mais ce sont nos clients qui en parlent le mieux. Nos points forts sont :

- Le logiciel en lui-même et son backoffice (disponible en démo sur notre site), rapide et puissant, simple d'utilisation, intuitif...
- Une grande réactivité et, d'après nos clients, un excellent contact... nous faisons le maximum pour vulgariser l'informatique, pour ne pas noyer nos clients dans tout un jargon qu'ils ne maîtrisent pas forcément,
- Notre implication dans le succès des projets que nous hébergeons et notre philosophie mutualiste : nombre de créateurs de boutiques en ligne n'ont qu'une vague idée de l'aspect technique, ils sont entrepreneurs mais n'ont pas forcément une vision globale, avec notre aide et celle de la communauté des Rentashoppers, ils trouvent le meilleur support possible,
- Une totale transparence tarifaire...
- Une très grande liberté de création graphique,

- *La souplesse du logiciel lui permettant de servir à des activités aux limites du e-commerce (plateforme d'abonnements en ligne, journaux numériques, bref toute application nécessitant un paiement en ligne). »*

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Aucune limite pour le nombre d'articles, le nombre de rayons, la hotline... les seules limites fixées (voir le [tableau comparatif de nos offres](#)) sont l'espace de stockage alloué pour chaque boutique et la bande passante allouée. Ces limites sont larges (aucun client ne les a jamais atteintes) et nous les avons mises en place pour éviter tout contentieux, aucun système automatique ne limite quoi que ce soit. Si nous constatons un dépassement, cela nous permettrait d'en discuter avec le client pour évaluer un éventuel surcoût. Pour info, nous facturons le Go de bande passante supplémentaire 2,50€ seulement, pas de quoi ruiner l'utilisateur.

Aucun problème de localisation non plus, nous offrons même la possibilité de créer des boutiques depuis toute la CEE ou la Grande-Bretagne, dans les devises et les langues de son choix, même le backoffice a sa version anglaise. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Contrairement à la plupart de nos concurrents, nous donnons accès 24/7 à une version de démo de notre boutique, libre à qui le veut de l'utiliser autant qu'il le souhaite, libre à nos concurrents de s'en inspirer. »

Shop Application

(Propos recueillis en Octobre 2007)

Shop Application (<http://www.solution-ecommerce.eu>) est commercialisée depuis deux ans et présente la particularité d'être disponible en marque blanche pour les agences web.

solution e commerce - logiciel e commerce - hébergement Ecommerce - creation site e commerce - e commerce marque blanche - Shop Application

Solution-Ecommerce.eu

A chaque projet sa solution

Accueil | Fonctionnalités | Demande de devis | Démonstration | Commander | Espace clients | Contact

SERVICES INCLUS

- Administration simple d'utilisation
- Un hébergement haut de gamme
- Nom de domaine et emails
- Charte graphique personnalisée
- Statistiques et suivi du CA
- Assistance et aide en ligne
- Maintenance et mises à jours

Augmentez de façon significative vos revenus !

Les ventes sur Internet sont en constante progression, et les banques ayant amélioré la sécurité des transactions bancaires, les internautes se sentent de plus en plus en confiance.

Un retour sur investissement rapide

Aujourd'hui, nous avons de nombreux clients qui réalisent entre 50 000 et 100 000 euros de chiffre d'affaires mensuel avec notre solution Ecommerce, pourquoi pas vous ?

Nous vous proposons un **site Ecommerce complet et très simple à administrer**. Notre plateforme est hébergée sur des serveurs à haute disponibilité afin de vous garantir une qualité de service maximale.

DETAILS DES FONCTIONS

- Navigation et ergonomie
- Gestion du catalogue
- Outils marketing
- Gestion des stocks
- Gestion des commandes & CRM
- Gestion du contenu

CONTACTEZ-NOUS

02 98 05 29 25

NOS REALISATIONS

Plus de 400 clients à travers le monde, voici quelques exemples de réalisations :

NOS PARTENAIRES

Solutions de paiements sécurisés partenaires :

Apostrophe Origin

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Notre entreprise compte cinq salariés aujourd'hui et un CA d'un peu plus de 300 000 euros. Nous existons depuis juillet 2003, et cette année nous doublons notre chiffre d'affaire par rapport à celui de 2006. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« La solution sous la marque SHOP APPLICATION est commercialisé depuis 2 ans et compte aujourd'hui plus de 400 clients avec maintenant une moyenne de 20 nouveaux clients par mois. Le panier moyen tourne autour de 85 € mais c'est très variable selon les secteurs d'activités. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Vous trouverez ici quelques références : http://www.solution-ecommerce.eu/references_et_realisations.php.

Nos plus gros clients font environ 100 000 à 150 000 euros de CA mensuel. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Nous avons deux types de clients :

1. Les commerçants : pour cela nous avons une offre complète à 890 € (<http://www.solution-ecommerce.eu/pack-ecommerce-commerçants-xml-608.html>) où nous leur livrons un site clés en main avec une vraie charte graphique personnalisée et l'accès à toutes les fonctions de notre logiciel. Les frais de location et d'hébergement sont ensuite de 25 euros HT par mois.
2. Les professionnels du web, graphistes, web agences qui nous achètent le logiciel en marque blanche pour le revendre sous leur propre marque :

<http://www.solution-ecommerce.eu/pack-ecommerce-revendeurs-xml-618.html>

<http://www.solution-ecommerce.eu/logiciel-total-marque-blanc-pxl-18.html>

Il suffit juste de connaissances en html et css pour intégrer sa propre charte graphique. Tout se fait en ligne, pas besoin d'installer de logiciel. Compatible MAC et PC, l'offre est fournie à 350 euros l'installation + 25 € par mois. Il n'est pas rare que des commerçants nous commandent ce pack, il s'agit le plus souvent de clients venant d'osCommerce qui ne sont pas spécialistes en programmation mais qui souhaitent garder une certaine autonomie sur leur site. Nous avons aussi des grands comptes comme des filiales d'Alstom, des offices de tourisme, des mairies ... »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Non, c'est le même logiciel pour tous nos clients. Toutes les mises à jour qui sont faites profitent à l'ensemble de nos clients et sont comprises dans l'abonnement de 25 € par mois.

La seule chose que nous faisons payer en option concerne l'installation du TPEV car tous nos clients n'en ont pas forcément besoin. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Et bien chez nous, 1300 € pour la création (890 + 25 * 12) et je pense qu'il faut compter 2000 € pour lancer des opérations de promotions pour le lancement. Mais cela dépend beaucoup du secteur d'activité et des connaissances en marketing sur internet du vendeur. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Nous avons beaucoup d'outils promotionnels : gestion de codes promo, promo par produits ou par

gammes, newsletter, modules d'enchères.

Notre solution est vraiment optimisée pour le référencement : url dynamique, le contenu n'est pas perturbé par le code, toutes les pages sont parfaitement indexées. Si le vendeur n'est pas expert, le logiciel paramètre automatiquement les méta tags, le contenu mis en avant... sinon tous les outils sont là si le vendeur souhaite contrôler ces paramètres par lui-même sur l'ensemble des pages du site. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Aucune, si le client sait utiliser un traitement de texte, il saura sans problème utiliser notre solution. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Oui, nous avons un support téléphonique, une petite aide intuitive directement dans le logiciel et un site de support avec copie d'écrans et vidéos animées (www.ecommerce-hosting.fr). »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Sous 48h, il reçoit son accès à l'interface d'administration pour commencer la saisie de ses articles et il faut compter un délai moyen de 15 jours / 3 semaines le temps de lui faire sa maquette graphique, la modifier selon ses attentes et l'intégrer. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Notre logiciel va très loin sans la personnalisation. Sur la page http://www.solution-ecommerce.eu/references_et_realisations.php, il n'est présenté que des sites à 890 € pour ne pas tromper le client, vous verrez que l'on propose une charte vraiment personnelle à un prix très compétitif mais nous avons aussi des partenaires qui revendent le site plus cher mais qui vont aussi bien plus loin dans la personnalisation, je pense par exemple à :

- <http://www.produit-des-terroir.fr/index.php> (en cours de réalisation)
- <http://www.foie-gras-luxe.com/index.php> (aussi en cours)
- <http://www.lavalleedesvins.com/>
- <http://www.klytia.net> »

- Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Oui, la solution évolue en permanence, le vendeur a toujours un historique sur sa page d'accueil qui l'informe des nouveautés. Voici l'historique qu'il a sous les yeux actuellement :

- 03/10 : Vos clients ont maintenant la possibilité de vous laisser un message lors de leur commande. Ces commentaires figurent dans l'email de confirmation ainsi que dans le détail de la gestion des commandes.
- 25/09 : Vous pouvez à présent mettre en vente des produits aux enchères sur votre site. Fonction disponible dans Marketing > Enchères.

- 25/09 : Dans votre fiche article, nous avons rajouté une description courte qui apparaîtra, si vous la complétez, dans la liste des articles.
- 27/08 : Vous pouvez à présent définir un montant minimum d'achat pour vos clients.
- 12/07 : Le module de protection des pages par mot de passe a été étendu aux pages d'informations.
- 12/07 : Dans article > gestion des articles, le module de recherche rapide vous permet maintenant de faire une recherche par numéro de référence.
- 29/06 : Installation d'un module vous permettant de protéger certaines rubriques par un mot de passe.
- 27/06 : Modification de l'accueil de votre administration et ajout de graphiques permettant de suivre l'évolution de votre activité.
- 18/06 : Vous pouviez déjà suggérer des produits à vos clients en les sélectionnant un par un. Maintenant vous pouvez suggérer les produits rubriques par rubriques (Articles > Association de catégories).
- 15/06 : Installation d'un module permettant de récupérer les commandes non validées lors d'un paiement avec un module externe (Commandes > Validation manuelle). »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Les vendeurs et revendeurs reçoivent des actualités par email (en marque blanche) pour les avertir, les conseiller... »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi vous choisir vous ?

« Nous avons une offre très complète, qui n'a rien à envier à du powerboutique par exemple, mais notre interface est beaucoup plus souple et plus simple à utiliser. De plus, nous sommes capable de faire ce que j'appelle de "l'artisanat" c'est à dire développer des modules ou des fonctions spécifiques à un client en particulier. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Très honnêtement, je n'en ai pas trouvé encore 😊 »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Oui, nous laissons la possibilité de tester, sans limite.

L'accès à notre interface de démonstration se fait à cette adresse : <http://demo.ecommerce-hosting.fr/index.php>

Vous pouvez aussi explorer notre interface d'administration en cliquant ici : <http://demo.ecommerce-hosting.fr/superadmin/>

Le login d'accès est : boutique

Le mot de passe : demo

*Vous trouverez une aide en ligne en vidéo sur notre site : <http://www.ecommerce-hosting.fr>
Je pense que vous vous ferez une idée en testant le logiciel. Ce logiciel a été développé en collaboration étroite avec des vendeurs, c'est à dire que chaque fonction a été ajoutée selon des demandes de nos clients et créée de manière à répondre à un maximum de configurations possibles. Nous fonctionnons uniquement en auto financement, il n'y a pas de gros actionnaires derrière, ce qui explique que l'on est peut-être moins visible que powerboutique, pour le moment en tout cas... »*

ShopWeb

(Propos recueillis en Octobre 2007)

[ShopWeb \(http://www.shopweb.fr\)](http://www.shopweb.fr) est une solution basée sur Enfinity d'Intershop, un progiciel international très puissant.

SHOPWEB | e-commerce as a service

FONCTIONNALITES | TECHNOLOGIE | SERVICES INCLUS | OPTIONS | CONTACTEZ-NOUS

Musclez vos ventes avec SHOPWEB

SHOPWEB vous offre la puissance et la flexibilité dont vous avez besoin pour déployer rapidement et à moindre coût des solutions e-commerce. La solution est préconfigurée pour accélérer le temps de mise en ligne, tout en préservant la flexibilité nécessaire à une adaptation facile aux processus et aux besoins de votre société.

L'architecture évolutive de SHOPWEB, basée sur des standards, permet une intégration directe à vos systèmes existants et s'adapte au développement de votre activité.

N'attendez plus, passez au e-commerce

76 % des foyers achètent sur le Net. 15 millions d'acheteurs en 2006. Avec plus de 40% en un an, le e-commerce en ligne français se maintient sur un taux de croissance très fort. (Source ACSEL).

Louez votre site marchand
La solution SHOPWEB est flexible, modulaire et prête à l'emploi. Elle est basée sur le progiciel Enfinity Suite 6 d'Intershop, leader sur le marché mondial.
C'est une technologie éprouvée et optimisée pour du e-commerce haute performance.

Une boutique clé en main

visitez notre démonstration

Fonctionnalités intégrées:
• Paiement en ligne

Evénement > retrouvez nous à la 4^e Convention e-commerce au palais des congrès

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Notre société a été créée en 2003 et compte 6 personnes pour un chiffre d'affaire de 700K€. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« La solution ShopWeb a été lancée cet été et compte déjà trois clients. Elle est basée sur le progiciel Enfinity d'Intershop qui compte environ 500 clients dans le monde, avec une fréquence d'une vingtaine par mois. Le panier moyen est très variable en fonction des projets B2B ou B2C, ... »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Les principaux clients d'Intershop sont énoncés à cette adresse :

http://www.intershop.com/intershop/company/customers/business_model/all/

Nos plus gros clients gèrent une vente toutes les secondes ! pour plusieurs millions d'euros par an... »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Notre solution s'adresse aux PME / PMI, Start-up, ... »

Le budget d'entrée est soit :

- de 15K€ (set-up) et 400€/mois d'hébergement,
- ou de 3000€/mois tout compris (réalisation projet boutique inclus !),
- ou d'un % sur les transactions en ligne en fonction du "business model" du site marchand (variable). »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Oui. Les options payantes que nous proposons sont un module d'Analyse/Reporting, un module d'Advanced Search (recherche avancée), module de « Web Analytics » (WebTrends), un abonnement FIA-Net, un module d'optimisation du référencement et un module de Merchandising. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Il faut consacrer au minimum 30K€ pour le lancement et 15K€/an pour le fonctionnement. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Liens moteurs, guides, référencement automatique sont les principaux services que notre solution propose dans cet aspect. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« Toutes les fonctions sont couvertes (promotions, bons cadeaux, points, cartes, bundles, cross / upselling,...), ainsi que des fonctions de merchandising en option (module). »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« La familiarisation avec notre Back-Office qui se fait par le biais d'une demi-journée à deux jours de formation en fonction des profils. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Oui, il y a une formation. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Il faut compter 5 jours minimum. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Nous proposons un pack "Branding package standard" (couleurs, logos,...) dérivant de : demo.shopweb.fr ou sinon la mise en place d'une charte graphique personnalisée sans aucune restrictions. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Bien sûr, une version 2 est prévue en fin d'année. Tout le monde peut en profiter dans le cadre du support mensuel compris dans le forfait. Elle est mise à jour deux fois par an. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Oui, il y a notre site www.shopweb.fr et un blog est en cours de constitution (Responsable : Christophe TREMEAU). »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« C'est la seule solution Mid Market ASP (SaaS) en France basée sur le progiciel Intershop offrant scalabilité, robustesse, évolutivité, ... Tous nos concurrents proposent des solutions d'entrée de gamme. Ensuite, vous trouvez des progiciels et/ou des développements spécifiques (Web Agencies) qui atteignent allègrement les 100K€. Aucune solution dignes de ce nom n'existe en France pour les budget de 20 à 50K€. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Aucunes ! Les catalogues sont illimités ainsi que les sessions, transactions, ... Seul le coût du service mensuel évolue en fonction de la volumétrie (matrice de prix). C'est la seule solution multi-sites multi-langues disponible en ASP à ce prix là !!!!! »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Oui, sur demo.shopweb.fr. »

Store Factory

(Propos recueillis en Octobre 2007)

La solution [Store Factory](http://www.store-factory.com) (<http://www.store-factory.com>) présente la caractéristique de générer des sites respectant les normes du web (W3C). Par ailleurs, les sites utilisant cette solution possèdent une identité visuelle forte.



- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« Store-Factory existe depuis 2005 et commercialise sa solution depuis 1 an et demi à peu près. La société compte actuellement 13 employés. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« Store-Factory développe son outil de boutique en ligne depuis 4 ans. Aujourd'hui, ils sont 550 professionnels à avoir souscrit à l'offre e-commerce de Store-Factory. Nos tarifs se décomposent de la manière suivante : 400€ HT à l'ouverture du site marchand puis 50€ HT /mois. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ?

« Vous pouvez consulter toutes nos références par domaine d'activité à cette adresse :

<http://www.store-factory.com/nos-references.htm>.

Nos clients les plus importants font entre 150 et 200 ventes par jour. Tout dépend des moyens marketing-communication mis en œuvre, et de l'infrastructure de traitement des commandes de chaque commerçant. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Nous nous adressons aussi bien aux professionnels ayant peu de connaissances techniques qu'aux utilisateurs les plus chevronnés.

Notre solution est assez accessible pour les commerçants, PME, et assez développée pour répondre aux problématiques marketing les plus complexes (fidélisation, gestion des zones de livraison, stock et options des produits...), même pour des grands noms du commerce comme Intermarché, Tousalon ou Center Sport. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« 400€ HT à l'ouverture du site marchand, puis 50€ HT / mois.

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

Il y a trois cas de suppléments chez Store-Factory :

- refonte de charte graphique : 200€ HT*
- interfaçage avec une banque : 100€ HT*
- créations graphiques annexes : sur devis*

Pour information, la création d'un logo professionnel ou d'une deuxième animation flash peut constituer un cas de supplément. A noter que nous incluons dans la création de la boutique en ligne une animation flash, que le client peut demander des modifications sur sa charte graphique tant qu'elle ne répond pas à son projet, et que nous incluons tous les outils nécessaires au lancement d'une activité en ligne (statistiques, ROI sur campagnes d'e-marketing, système de paiement sécurisé, outils de gestion commerciale et marketing...). »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Comptez au total 1 000€ HT pour votre site marchand chez Store-Factory, un budget variable d'achats de mots clé (conseillé) en fonction de vos possibilités, des actions de communication pour faire connaître votre site Internet comme la location d'une base de données (coût de l'adresse mail en fonction de sa nature "base opt-in" et de la qualité de la base collectée : fréquence de location, absence de doublons, mise à jour régulière,...) pour l'envoi d'une newsletter présentant votre activité. Ce sont des thèmes souvent abordés sur votre blog.

Je ne peux pas vous indiquer un budget précis ou même approximatif en dehors du site, il dépend complètement du secteur d'activité, du professionnel et du budget dont il dispose. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication et de référencement ?

« Nous sommes une plateforme e-commerce et notre cœur de métier est la création de sites web marchands. Tout ce que nous pouvons garantir à notre client, c'est un référencement optimisé dans le sens où nous utilisons le XHTML associé notamment la feuille de style qui permet, comme chacun sait, une meilleure indexation des pages d'un site internet. Nous travaillons à notre échelle pour une vraie prise de conscience des professionnels de leur part de responsabilité dans le référencement de leur site sur les moteurs de recherche. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« Comme abordé brièvement plus haut, nous avons développé des outils marketing comme l'édition de codes promotionnels, la création de campagnes de fidélisation, mais il est également possible d'extraire des adresses mail à partir de votre back-office. Une de nos dernières applications permet aux commerçants de construire eux-mêmes un questionnaire en vue d'un jeu concours par exemple. Le site Store-Factory étant très facile à piloter, les commerçants peuvent également administrer un espace publicitaire ou gérer un échange de liens, de bannières... L'outil de statistiques permet de suivre très précisément, comme abordé plus haut, les retours d'une campagne. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Aucune ! La maîtrise de Microsoft Office suffit amplement. Il est par contre conseillé de se former aux outils d'internet, de se renseigner sur les usages, les bonnes pratiques et celles à éviter. Votre site en ce sens peut aider nos clients ! »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Nous formons nos clients à l'utilisation du back-office qui leur permettra de gérer leur boutique de façon complètement autonome. Pour l'instant, aucun service de conseil marketing n'est officiellement proposé chez Store-Factory. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« A la réception du dossier, nous proposons une première charte graphique en une semaine maximum ; à validation de cette charte graphique, nous mettons une semaine à mettre le site en ligne. Nous mettons en ligne le site sous le nom de domaine définitif que lorsque le commerçant nous l'indique, de façon à ce que toutes les informations soient sur le site à son ouverture (le commerçant aura eu le temps de mettre ses contenus en ligne). En théorie, donc, vous pouvez disposer d'un site e-commerce Store-Factory en 15 jours. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« C'est notre spécificité : nous réalisons une charte graphique sur-mesure pour chacun de nos clients (à partir ou non de leurs éléments visuels, cartes de visite, logo, prospectus...). Nous sommes en train de travailler sur une offre d'entrée de gamme ou d'essai avec des modèles de chartes graphiques à personnaliser. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Notre solution évolue, bien sûr, nous développons régulièrement de nouvelles applications dont profitent tous nos sites en raison de la mutualisation des ressources techniques, qui nous permet aussi de proposer un tarif aussi bas. Une nouvelle application (édition d'un formulaire, et téléchargement payant de fichiers sont les deux dernières applications développées) réalisée sur demande bien souvent d'un ou plusieurs clients et dont bénéficient tous les autres.

Il n'y a pas de fréquence particulière, cela dépend des demandes de nos clients. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Nous sommes actuellement en train de refaire notre site institutionnel et nous mettrons mieux en valeur les nouveautés sur le prochain site. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Les avantages offerts par notre solution sont :

- Solution clé-en-main : pour commencer, nous livrons une solution clé-en-main : pas besoin de supplément pour faire marcher votre boutique en ligne, pas de surprises de dernière minute. Nous vendons du "prêt-à-vendre" !*
- Rapport qualité/prix ; ensuite, nous réalisons des chartes graphiques sur-mesure pour chacun de nos clients, ce qui relève plus de la prestation de webagency dédiée que de plateforme industrielle d'e-commerce, avec l'autonomie que confère une solution prévoyant un back-office, et les mises à jour et autres nouvelles applications gratuites et automatiques.*
- Assistance : enfin, le client peut toujours nous appeler s'il a une question ou un problème. »*

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« L'hébergement est illimité, et le site est potentiellement traduisible dans toutes les langues. La seule limite, c'est que vous n'avez pas accès au code source. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Vous pouvez tester gratuitement et sans engagement notre solution via notre site de démonstration dont voici les codes et les url :

Site de démonstration : <http://www.demo.store-factory.com/mag/fr/home.php>

Back-office du site de démo : http://bo.demo.store-factory.com/log_bo.php

Login : store-factory

Mot de passe : demo »

42 Stores

(Propos recueillis en Octobre 2007, mis à jour en Mars 2008)

La plateforme [42 Stores](http://www.42stores.com) (<http://www.42stores.com>) présente la particularité d'utiliser le moteur d'un blog pour faire du e-commerce.

1^{ère} plateforme de blog-boutique
Contactez nous
Découvrez le blog 42
Créez votre boutique en 2 minutes

4 2 S T O R E S

Accueil Découvrir Boutiques Ecrans Fonctionnalités Tarifs Inscription

Couveuse pour e-commerçants

42Stores est l'espace qui va vous permettre de **construire votre commerce électronique**, de **discuter de vos projets**, de **recueillir des avis**, de **trouver des conseils**, de **tester vos produits**, de **générer votre premier chiffre d'affaires**, de **constituer votre clientèle...**

Blog + e-commerce = 42Stores

42 Stores est une plateforme pour créer gratuitement votre blog-boutique en ligne. 42Stores est la première plateforme de blogcommerce.

« **+ Gratuit** : Vous ne payez rien pour votre boutique. Vendez, autant que vous voulez : il n'y a aucune commission sur vos transactions. Si vous voulez plus d'options, choisissez l'abonnement premium. »

« **+ Facile** : Sans connaissance technique, votre premier produit sera en vente dans 5 minutes. »

→ Créez votre boutique immédiatement et gratuitement

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« 42Stores est une société en cours de création, et est actuellement portée par une société "amie". Pour ceux qui aiment les gros mots, on peut dire que 42stores est une startup en "bootstaping". »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« 42Stores est en phase bêta depuis 8 mois et 100 personnes ont ouvert une boutique. Entre 50 et 100 boutiques sont ouvertes par mois et le panier moyen est 43.564974 € précisément 😊 Mais tous ces chiffres ne sont pas significatifs... »

- Pouvez vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Parmi les sites créés avec 42 Stores, nous avons par exemple :

- <http://www.crazywood.fr/>
- <http://la.quincaillerie.42stores.com/>
- <http://www.kansasofelsass.fr/>
- <http://www.lampe-design.com>
- <http://www.pause-creative.fr>
- <http://a3pattes.42stores.com>
- <http://petitspiedscarottes.42stores.com/>
- <http://laurapack.42stores.com/>
- <http://etecommehiver.42stores.com/>
- <http://www.jequipemonbac.com/>

Le CA du plus gros vendeur ? 6000 à 7000€ (encore une fois pas significatif...). »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« 42Stores est une couveuse pour e-commerçant. Il s'adresse donc aux débutants... qui ont l'envie de réussir. Et on commence sans aucun budget, difficile de faire moins cher. Mais comme les jeunes entrepreneurs ou les petites entreprises ne connaissent pas toutes les subtilités de la vente en ligne, nous proposons, en option un accompagnement, main dans la main, pour aller jusqu'à la réussite : trop de gens abandonnent parce qu'ils trouvent que c'est trop compliqué. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« Il n'y a pas d'abonnement, mais une facturation de 3% du chiffre d'affaire de la boutique. Cette tarification permet de s'adapter à tous les budgets et à toutes les phases de développement du commerce. »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Oui, l'offre d'accompagnement qui permet d'aider et de conseiller le commerçant à monter sa boutique, au jour le jour. Le tarif est de 300€ HT. Des services complémentaires seront disponibles à la demande, pour la mise en place de paiements électroniques, pour de la prise de photos, pour la mise en place d'un nom de domaine, etc. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Pour se lancer dans la vente en ligne, il y a deux options : soit on a de quoi investir massivement (50 000 €) pour se lancer vite, soit on utilise 42stores pour démarrer et montrer progressivement. Il y a une mauvaise solution : se débrouiller sur les aspects techniques et y passer tout son temps, au lieu de travailler à la promotion de sa boutique. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« 42Stores intègre un blog dans chaque boutique. Ce blog est l'élément indispensable pour donner sa crédibilité au commerçant. Grâce à son blog, le commerçant va pouvoir démontrer son expertise sur ses produits et rassurer ses clients.

Le blog permet aussi d'apporter du contenu et de la densité de texte, très utile pour le référencement. Bien sur, tous les éléments techniques indispensables pour le référencement sont présents : URL-rewriting, Titre en H1, H2, liens internes, Sitemap, etc. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« Newsletter, RSS, blog, code remise.... et plein de nouveautés à venir dans les prochains mois. 42Stores a pour objectif de se différencier des autres plateformes et présenter des solutions innovantes dans le domaine. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

- *« Techniquement : Aucune (réellement).*
- *Commercialement : savoir choisir ses produits, les mettre en valeur, créer une offre, gérer sa clientèle... (certains oublient qu'être e-commerçant, c'est d'abord être commerçant !).* »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Un guide sur les bonnes pratiques du commerce est disponible. Le tableau de bord de l'accueil est aussi suffisamment explicite pour que les utilisateurs arrivent à mettre en ligne leur boutique (aucune question au support pour ça).

Dans le back office, un module « support » permet de poser des questions et d'avoir une réponse rapide et un suivi complet des échanges.

Pour aller plus loin, et être accompagné main dans la main, 42stores propose un contrat de service : avec un contact personnalisé, le commerçant est assisté et conseillé sur tout ce qui concerne le lancement de sa boutique. Par exemple, nous apportons des conseils sur le choix du nom de domaine, sur la gamme de produits, sur les photos, sur l'organisation de la logistique, sur le référencement, etc. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Au bout de 2 heures, la première commande de test est faite. Moi, je mets 3 minutes, inscription comprise. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« De base : des templates sont disponibles (personnalisation très facile du logo), et tout est modifiable en CSS ou en HTML. En option, nous proposons les services de graphiste qui vous proposeront des créations originales et totalement personnalisées. »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Oui, elle évolue en permanence ! C'est bien l'avantage principal d'une plateforme. Il y a des modifications au moins tous les mois.

Une des prochaines évolutions concernera la personnalisation des produits à la commande. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Oui, sur <http://blog.42stores.com>. On y trouve aussi beaucoup d'informations, de conseils, de bonnes idées sur le commerce électronique. »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Je cite une cliente : "Voilà pour résumer, 42stores c'est : simple, rapide, très intuitif, évolutif, avec un suivi rassurant ! Et enfin, mot de la fin, ça marche !". Pourquoi choisir 42Stores ? Parce que c'est gratuit, pour que vous vous testiez et parce que l'on ne vous fera pas de promesse irréalisable (« Il suffit d'ouvrir votre boutique chez nous et vous allez vendre des centaines de produits par jour. ») 42Stores a un objectif : faire grossir votre commerce et aider à gagner de l'argent. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Il n'y a pas de limite, mais 42Stores est fait pour gérer de 100 à 300 produits. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Oui, non seulement on teste gratuitement, mais aussi c'est sans limite. La création de votre boutique est immédiate. »

Swim (.Abstrakt)

(Propos recueillis en Octobre 2007)

[Swim \(http://www.flash-boutique.fr\)](http://www.flash-boutique.fr) est une solution de création de boutiques en ligne très particulière puisqu'elle permet de créer des sites d'e-commerce entièrement réalisés en flash.



- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« .abstrakt a été créée en 1998. Nous sommes spécialisés dans la création de projets web réalisés à partir de FLASH.

La société compte 21 personnes dont 15 permanents. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« La solution SWIM a été officiellement lancée début septembre 2007.

A ce jour, 5 clients gèrent leur site e-commerce via le back office SWIM.

A la suite de la convention e-commerce des 11 – 12 – 13 septembre derniers, nous sommes en contact avec une 10aine de prospects.

Nous entendons rapidement augmenter le nombre de prospects du fait que notre solution est à ce jour unique sur le marché. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Parmi les sites réalisés avec notre solution, nous avons par exemple :

- Carestyle : produits de beauté pour homme www.carestyle.eu
- Notes précieuses : bijoux fantaisie haut de gamme www.notesprecieuses.com
- Meubles de Chine : meubles anciens et contemporains chinois www.meublesdechine.eu
- Rapid' Croquettes : nourriture et accessoires pour animaux domestiques www.rapid-croquettes.com

Concernant les résultats de nos clients, nous ne disposons pas de chiffre.

Il est néanmoins clair que la solution répond à leur attentes en terme de visibilité et leur permet de générer une activité pérenne. »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Notre solution SWIM s'adresse à tous les e-commerçants à la recherche de différenciation en terme d'image et d'univers sans pour autant avoir à négliger le référencement naturel de leur site.

La réalisation d'un site SWIM demande un budget minimum de 8 000 euros. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« La solution SWIM est accessible à partir de 8 000 euros.

Le prix moyen constaté d'un site e-commerce adossé au back-office SWIM est de 10 000 euros.

Les développements spécifiques tels que l'interfaçage du système avec des outils de gestion existants ou encore les créations graphiques très poussées peuvent accroître considérablement le tarif de la prestation. »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« Il n'y a pas d'option. C'est une solution tout en un. Cependant, un site multilingue -par exemple- nécessite l'adaptation front office des éléments qui ne sont pas gérés via le back office (en moyenne 1500€ par langue). »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Tout dépend des attentes que l'on en a bien sûr... mais aussi de son image de marque, son positionnement sur son marché, sa notoriété...

La stratégie adoptée et le business modèle doivent être clairement établis. Autrement dit, son projet doit être abouti avant de se lancer !

A titre d'exemple, un site e-commerce Swim peut coûter : 12000€ charte graphique incluse avec un abonnement au back office annuel de 1800€. Cependant, il ne faut pas oublier qu'un site ne fait pas tout. Un budget alloué au search marketing, à de la publicité en ligne, à l'affiliation ou encore à l'achat de campagnes mailing avec location de base d'adresses semble primordial.

Chacun pouvant moduler ces différentes actions en fonction de son budget. »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

- *« Référencement :*
SWIM propose en standard le sitemap XML tel qu'attendu par Google, un moteur de référencement interne permettant de référencer dans chacune des langues l'intégralité des contenus du site (éditorial et catalogue produits).
- *Promotion :*
Elle dispose également des exports permettant de publier les produits dans les moteurs de shopping (rueducommerce, kelkoo, leguide).
- *Communication :*
SWIM dispose d'une solution de création et d'envoi de newsletters permettant de sélectionner directement depuis le catalogue les produits à mettre en avant ainsi que de faire des zones éditoriales. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« SWIM assure un push client via la newsletter, la gestion de remises et promotions personnalisées ou globales. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« La simple connaissance de l'outil informatique suffit. L'interface est orientée utilisateur et non produit. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« Nous accompagnons systématiquement nos clients dans toutes les phases de leur projet et une formation à l'outil SWIM (back-office online) est incluse dans nos offres. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

« Notre offre est basée sur un site à création graphique unique et dédiée. Il ne s'agit pas comme certains de nos confrères de proposer un outil mais bien un service ET un produit. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Comme nous venons de le préciser, nous ne proposons que des chartes graphiques sur mesure... et une intégration flash ad hoc.

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« SWIM est une plateforme mutualisée. De fait, tout le monde peut profiter directement des mises à jour du système.

En moins d'un mois, nous avons par exemple rajouté la possibilité de saisir un message dans le cadre

d'un emballage cadeau ou encore de gérer les ventes hors taxe ou ttc selon les zones de facturation/expédition. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« Non, nous préférons communiquer directement avec nos clients ! »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi vous choisir vous ?

« Nous sommes à ce jour les seuls à proposer une solution efficace et robuste de site e-commerce full flash.

Aujourd'hui, il existe plus de 17500 sites marchands. La présence ne suffit plus, il est nécessaire de se différencier.

De plus, des études récentes ont montré que l'intégration de rich média permet d'être 2,6 fois plus efficace que des messages accompagnés d'une simple photo. Flash étant la norme de facto en terme de rich média, nous sommes persuadés d'être aujourd'hui les précurseurs de l'évolution du marché du e-commerce. »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Aucune...

Celles de nos clients 😊 »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« Nous n'avons pas à ce jour de site de démonstration à proprement parler. »

Ublo

(Propos recueillis en Novembre 2007)

Ublo (<http://www.ublo.com>) est une solution plus thématique, spécialisée dans la vente de photographies professionnelles.



- Pouvez vous nous en dire plus sur votre société ?

“Le projet de créer une solution e-commerce spécialisée dans la vente de photographies professionnelles est né fin 2005. Et c’est après 6 mois de développement que la société Ublo a vu le jour avec une première version de notre solution Ublo e-commerce, en avril 2006 précisément. Nous sommes deux gérants fondateurs dans cette entreprise, Aurélie Le Guillou et moi-même Aurélien Appéré.”

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez vous chaque mois ? Si cela n’est pas indiscret, quel est le panier moyen de vos clients ?

“La solution e-commerce Ublo existe officiellement depuis avril 2006, date à laquelle elle a été intégrée au sein des groupements de photographes professionnels Pictis (www.pictis.fr) et Camara (www.camara.fr).

Nous comptons aujourd’hui plus d’une centaine de photographes utilisant la solution Ublo, avec une moyenne de 5 à 7 nouveaux clients par mois.

Le panier moyen est de 45 € TTC par commande, sachant que les biens vendus sont des tirages de photographies professionnelles, dont le prix pour les plus petits formats (13×18 cm) est en moyenne de 6 € TTC.”

- Pouvez vous nous donner quelques exemples de clients ? Si cela n'est pas indiscret, pouvez vous nous dire combien de vente par mois font vos plus gros clients ?

"Voici quelques exemples de clients, tous dans le même domaine : la photographie professionnelle.

- <http://michelbrissaud.ublo.com>
- <http://prophotocorse.ublo.com>
- <http://lecoinphoto.pictis.net>
- <http://concerto-angelico.ublo.com>
- <http://studio-delaunay.pictis.net>
- <http://www.toutesvosphotos.com>

Aujourd'hui, la plupart de nos clients sont des photographes commerçants, c'est-à-dire qui ont un magasin dans lequel ils font en général de la vente de matériel et du tirage photos amateur, en plus de leur activité de prise de vue.

Nos plus gros clients font entre 30 et 45 commandes par mois en plus des commandes traditionnelles en magasin. Ceci dit, il est important de préciser qu'il s'agit de vente de photographies professionnelles et que leur travail est très saisonnier avec des pics très importants entre mai et octobre."

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

"La solution Ublo s'adresse à toute personne désirant vendre des photos de reportages en ligne.

Le budget minimum sur une année pour pouvoir publier et vendre ses photos en ligne est de 150 € HT environ."

- Quel est le tarif de votre solution (ou la fourchette de tarif) ?

"Notre solution est vendue entre 15 € HT et 30 € HT par mois, hors éventuelles options ou prestations supplémentaires."

- Y'a t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

"Les principales options payantes sont :

- *la personnalisation graphique intégrale du site e-commerce*
- *l'achat et le renouvellement annuel d'un nom de domaine personnalisé*
- *la création de pages supplémentaires personnalisées*
- *l'augmentation de l'espace disque pour la publication de photos"*

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

"Si l'on compte se lancer dans le e-commerce par ses propres moyens, il y a beaucoup de coûts à intégrer et on se rend facilement compte qu'il est plus intéressant de choisir une solution clé-en-main.

Au minimum, on retrouve forcément :

- *la réalisation du site (création, développement, charte graphique) : environ 500 € HT s'il s'agit d'intégrer une solution openSource, sinon on peut atteindre des sommes bien plus élevées*
- *l'hébergement mensuel : un minimum de 50 € HT par mois pour un hébergement professionnel*

avec supervision, sauvegardes et nom de domaine

- *le système de paiement en ligne : entre 15 € HT et 30 € HT par mois + commissions fixes sur les ventes + commissions variables sur les ventes*
- *la maintenance (mises à jour du contenu, de sécurité)*
- *communication / promotion*

Avec notre solution Ublo e-commerce, vous avez un site e-commerce en location (appelé SaaS, pour Software as a Service) :

- *la réalisation du site est inclut dans le prix mensuel*
- *l'hébergement est inclut dans le prix mensuel (avec nom de domaine, supervision, sauvegardes quotidiennes)*
- *le système de paiement en ligne est inclut dans le prix mensuel (commission sur les ventes de 3%)*
- *la maintenance (sécurité et mises à jour fonctionnelles) est gratuite*
- *les mises à jour de contenu peuvent être réalisées facilement par le client*

Il ne reste qu'un budget à prévoir pour la promotion du site."

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

"Aujourd'hui, notre solution intègre un outil d'emailing pour faire la promotion de nouvelles galeries photos mises en vente.

A l'avenir, la solution Ublo e-commerce disposera d'un module complet de gestions clients, type CRM simplifié, pour relancer des clients, exporter une liste d'adresses emails, effectuer du publipostage, etc. Ceci dit, notre politique est d'une part de proposer des outils permettant de faire la promotion de son site et de ses biens mis en vente, et d'autre part, nous misons beaucoup sur le conseil direct. Nos clients peuvent facilement nous contacter quand ils le souhaitent, ou même nous rencontrer lors de salons professionnels, et nous leur apportons énormément de conseils pour optimiser leurs ventes. De plus, nous communiquons régulièrement un récapitulatif de ces conseils via notre newsletter privée réservée à nos clients.

Enfin, en matière de référencement, nous avons une expertise avancée dans ce domaine. Tous les sites de nos photographes sont conçus pour un référencement naturel optimal dans les moteurs recherches. Notre prochaine mise à jour proposera un nouveau module spécial référencement pour permettre aux photographes de saisir leurs propres mots-clés, leurs descriptions, des titres différents pour chaque page, etc.

On peut dire clairement que le référencement naturel est notre point fort, nous y travaillons beaucoup et préparons une mise à jour importante à ce niveau."

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

"Aucune compétence particulière, si ce n'est de savoir utiliser un navigateur Internet.

Les photographes, et en particulier les commerçants, n'ont pas le temps de se former à un nouvel outil. Ils ont des centaines et des centaines d'images à publier, parfois tous les jours !

Notre solution a été conçue pour être extrêmement simple d'utilisation : le site est prêt en 24h avec le système de paiement en ligne opérationnel, l'espace d'administration est très intuitif et notre outil de chargement de photos évite aux photographes toutes les tâches qui leur prennent du temps (redimensionnement automatique, rotations automatiques, conversion au format JPEG automatique, chargement direct d'un nombre illimité de photos)."

- Y'a t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

"Pour les photographes qui le désirent, nous offrons gratuitement une formation de prise en main par téléphone.

Notre support utilisateur fonctionne par email, avec réponse sous 24h.

Si nécessaire, nous pouvons rappeler les clients qui le souhaitent par téléphone, toujours gratuitement.

Et enfin, l'espace d'administration dispose d'une rubrique d'aide complète avec :

- un mini-guide de prise en main rapide
- un manuel utilisateur complet
- une rubrique de FAQ"

- En combien de temps le commerçant peut il utiliser sa boutique en ligne ?

"Dès l'inscription en ligne, le photographe disposera de sa boutique sous 24h (jours ouvrés), sachant que tout est fonctionnel, y compris le système de paiement en ligne par carte bancaire."

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

"Nous proposons aujourd'hui trois templates graphiques, et notre objectif est d'en proposer une dizaine pour notre prochaine mise à jour, courant 2008.

Le photographe peut lui-même personnaliser un certain nombre de choses : son logo, le titre de son site, sa page d'accueil (image, texte d'accueil, etc.), sa page de contact (image, coordonnées), les copyrights ajoutés sur ses photos.

Ensuite, nous proposons bien sûr une prestation de personnalisation graphique intégrale sur mesure, réalisée en moyenne sous 10 à 15 jours."

- Votre solution évolue t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

"Bien évidemment, notre solution évolue. En un an et demi, nous avons mis en ligne 2 nouvelles versions avec de nouvelles fonctionnalités et optimisations, et une nouvelle mise à jour est prévue avant fin 2007.

Tout le monde peut profiter gratuitement de ces mises à jour, en précisant tout de même que certaines fonctionnalités ne sont pas toujours accessibles dans notre offre de base à 14,90 € HT par mois."

- Y'a t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

"Pour l'instant, pas de blog chez Ublo.

Les évolutions et mises à jour sont communiquées à nos clients via notre lettre d'information."

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ?

Pourquoi vous choisir ?

"Nos points forts par rapport à nos concurrents sont les suivants :

- un tarif mensuel fixe et peu élevé (les offres concurrentes proposent des tarifs en fonction du nombre de photos mises en vente)*
- un stockage de base de 8.000 à 10.000 photos*
- un système baptisé Uloader pour le chargement de photos parfaitement adapté à la profession*
- notre solution ne nécessite aucun logiciel à installer, tout fonctionne sur le web avec un simple navigateur*
- très simple d'utilisation, très intuitif*
- un support utilisateur gratuit, professionnel et réactif"*

- Quelles sont les limites de votre solution ?

"Honnêtement, notre but dès le départ en concevant cette solution était de proposer un outil dont les seules limites seraient celles que le client déciderait de mettre en place.

Bien sûr, notre solution pourrait être encore plus complète avec toujours plus de fonctionnalités. Mais étant donné qu'elle évolue régulièrement, petit à petit nous intégrons les nouvelles fonctionnalités demandées par les photographes.

La seule limite, qui est volontaire, est qu'on ne peut vendre que des photographies via notre solution. Celle-ci n'est pas adaptée à de la vente de produits type matériel photo, vidéo, etc."

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

"Oui, nous proposons une offre d'essai gratuite et sans engagement, entièrement fonctionnelle, pour une durée de 15 jours.

Il suffit pour cela de s'inscrire en ligne sur notre site www.ublo.com.

Je tiens à préciser, comme nous le faisons avec nos clients, qu'une offre d'essai pour une solution e-commerce n'a qu'un seul intérêt : valider l'adéquation entre la solution e-commerce et son propre métier.

Les commerçants ont souvent tendance à croire que s'ils n'ont pas un minimum de commandes pendant leur version d'essai, alors le e-commerce ne fonctionne pas pour eux. C'est un grand tort car ouvrir un site e-commerce, c'est comme ouvrir un magasin traditionnel : il faut le faire connaître, se préparer, se faire une clientèle, se faire référencer, en faire la promotion, etc.

A mes yeux, pour se lancer dans le e-commerce, il faut se fixer une période d'essai d'au moins une année et s'y impliquer comme s'il s'agissait d'un nouveau commerce sur rue."

Ugal

(Propos recueillis en Octobre 2007)

[UGAL \(http://fr.ugal.com\)](http://fr.ugal.com) est une solution qui propose beaucoup de fonctionnalités complémentaires pour les sites e-commerces créés.

The screenshot shows the Ugal website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Accès membres', 'Blog', and 'Contactez-nous'. The main banner is purple and white, listing benefits: '30 jours gratuits', 'Sans engagement', and 'Votre site en ligne en 3 clics'. A yellow button says 'Essayer Ugal maintenant'. Below the banner is a horizontal menu with items like 'Accueil', 'Essayer', 'Fonctionnalités', 'Comparatif', 'Support', 'Tarifs', 'Références', and 'Nouveau'. The main content area is titled 'Solution hébergée pour sites Web professionnels' and contains three columns of text: 'UGAL c'est quoi?', 'Quelles fonctionnalités?', and 'Pour qui?'. A sidebar on the right shows 'Site créé avec Ugal' with a preview of a website and pricing information starting from 19 € HT.

- Pouvez-vous nous en dire plus sur votre société ?

« UGAL est un Content Management System (Système de gestion de contenu) basé sur une technologie Adobe Cold Fusion. Il est né de l'association de Jean Moniatte et Mathilde Bohrmann, deux passionnés de Web et de technologies de l'information.

Jean Moniatte, Docteur de la Faculté des sciences de Strasbourg, est l'ancien Directeur des Systèmes d'Information de LaCie, dont il a entre autres conçu et développé les sites Internet, Intranet, et Extranet. Mathilde Bohrmann est diplômée de l'ESC Reims et de la Fachhochschule de Reutlingen en Allemagne. Elle a participé à la création de plusieurs sites web, dont surcouf.com, et était VP Marketing et responsable du R&D chez LaCie avant de créer UGAL.

Jean Moniatte et moi travaillons sur le web depuis 10 ans: Jean en tant que développeur et moi en tant que gestionnaire de projet. On s'intéresse bien sûr aux outils mais surtout à l'ergonomie des sites. Si l'offre de service en ligne se développe beaucoup avec le fameux Web 2.0, on n'a trouvé aucune solution simple permettant à des professionnels de créer mais aussi de mettre à jour un site internet.

Les primo accédants se focalisent sur le look et se font développer des solutions très soignées graphiquement mais complètement figées. Les outils d'administration (back office), quand ils sont disponibles, sont faits par des ingénieurs qui ont beaucoup de mal à se mettre à la place d'un utilisateur lambda pour qui l'informatique n'est pas un métier, une culture, mais une sorte de machine à écrire améliorée. Pour nous, il y avait une vraie niche à développer : les TPE, commerçants, artisans, créateurs d'entreprises, sociétés de service, professions libérales ont aujourd'hui tous besoin d'un site internet mais n'ont ni un gros budget, ni beaucoup de temps à consacrer à l'élaboration de leur site. Aucune offre aujourd'hui n'est à la fois simple, évolutive et accessible en terme de prix. C'est comme ça que nous avons décidé de créer UGAL. UGAL a été lancé en France en mai 2007. »

- Depuis quand existe votre solution e-commerce ? Combien de clients comptabilisez-vous ? Combien de nouveaux clients comptabilisez-vous chaque mois ? Quel est le panier moyen de vos clients ?

« L'option e-commerce a été lancée le 26 juin 2007. Plutôt que d'offrir une large palette d'options longues et compliquées à paramétrer, UGAL propose une solution simple et efficace. Notre stratégie consiste à miser sur l'ergonomie exceptionnelle de notre solution, sa mise en place immédiate, l'e-commerce est une extension de notre solution, pas notre fer de lance. UGAL propose donc tous les basiques du e-commerce, comme la gestion des stocks ou des prix promotionnels, sans la myriade d'options d'une solution spécifique e-commerce comme monstercommerce par exemple. Nous nous adressons plutôt à des antiquaires ou à des créateurs qu'à des distributeurs de produits de grande consommation. Nos clients ont certes besoin de proposer le paiement en ligne, mais pas de gérer des remises grossistes.

Au niveau volume, nous enregistrons en ce moment 3 inscriptions en moyenne par jour. »

- Pouvez-vous nous donner quelques exemples de clients ? Si cela n'est pas indiscret, pouvez-vous nous dire combien de ventes par mois font vos plus gros clients ?

« Parmi les sites réalisés avec notre solution, nous avons par exemple :

- <http://www.lapadd.com/>
- <http://www.jajapurses.com/>
- <http://www.madbymad.com/>
- <http://www.wevomag.fr/>
- <http://www.christinemarieloyeux.com/>
- <http://www.worldrelics.net/>

Notre clientèle est très variée en terme de secteur d'activité. Lapadd est plutôt un site institutionnel qui distribue aussi ses produits en direct via son site. Les volumes commencent à être importants mais je ne m'autorise pas à vous les communiquer.

Jajapurses est une créatrice de sacs à main qui utilise UGAL comme un canal de distribution complémentaire. MadbyMad est un créateur dans la mode qui présente ses collections sur son site. MadbyMad va bientôt proposer la vente en ligne mais uniquement pour les produits de réassort (invendus). Wevomag est un magazine papier qui organise des jeux concours sur son site et qui vend

aussi un abonnement en ligne, nous avons aussi un antiquaire et commençons à intéresser les commerçants de quartier (fleuristes, salon de coiffure qui va bientôt vendre ses bijoux et des produits de beauté en ligne). »

- A qui s'adresse votre solution ? A partir de quel budget peut-on s'adresser à vous ?

« Les TPE, Petites PME, commerçants, artisans, créateurs d'entreprises, sociétés de service, professions libérales. A partir de 19 euros H.T. par mois , hébergement et nom de domaine inclus. »

- Quel est le tarif de votre solution ?

« • pas de frais d'installation

• engagement mensuel uniquement

• Selon les formules le tarif est de 19€ H.T. 39€ H.T. ou 49€ H.T. par mois hébergement et nom de domaine inclus

• Le cas échéant, pas de frais de résiliation

• Nous ne mettrons jamais de publicité sur nos sites

• Il y a 30 jours d'essai totalement gratuits (pas de carte de crédit demandée)

• Nous ne prendrons jamais de commission sur le chiffre d'affaires de nos clients.

Le comparatif de nos formules est ici : <http://fr.ugal.com/offre/> »

- Y a-t-il des options payantes ? Si oui, lesquelles ?

« non tout est inclus. Sur demande nous pouvons facturer du développement spécifique (intranet, formulaires) ou des chartes graphiques sur mesure. La majorité de nos clients démarrent avec une solution standard. Certains après quelques mois d'activité reviennent vers nous pour de prestations annexes. »

- D'après vous, quel est le budget total à réunir avant de se lancer dans le e-commerce ?

« Avec UGAL, le budget est de 49 euros H.T. par mois avec charte graphique, site, maintenance hébergement , nom de domaine sans aucune limite de pages ou de contenu.

Pour une charte graphique sur mesure , il faut compter entre 400 et 20.000 euros, selon les éléments disponibles et la recherche graphique à effectuer en amont. Pour 400 euros, le client peut avoir son logo et des couleurs spécifiques à son site. Dans ce cas les thèmes sont fabriqués par des professionnels ayant une bonne maîtrise du CSS et du webdesign. Le résultat est propre et compatible mais ce n'est jamais très original. Les stars du design facturent un minimum de 20.000 euros pour une charte graphique. L'important est de comprendre ce qu'on achète. Nous travaillons avec différents webdesigners, selon les besoins de nos clients.

Le budget de promotion dépend de l'objectif fixé et de la capacité de l'administrateur du site a faire sa promotion (référencement naturel par le contenu). Il est donc difficile de se prononcer sur ce budget. cela dit en dessous d'un budget annuel de 3000 euros, je pense qu'il n'y a aune prestation sérieuse, même si certains offrent des miracles pour 300 euros par an ou même "gratuitement". »

- Qu'offre votre solution en matière de promotion, communication ? Et en matière de référencement ?

« Nous ne voulons pas mélanger les métiers, notre métier est le développement web et l'ergonomie mais ni le marketing, ni le design ou la communication. C'est la raison pour laquelle nous signons des partenariats avec des sociétés dont le métier est complémentaire. En ce qui concerne le référencement, UGAL est un CMS. Le code de notre plateforme est optimisé pour le référencement. Le code est sémantique, tous nos sites disposent de fils RSS, on peut donner des titres aux pages et les URLs ne sont pas dynamiques

Par exemple 3 URLs :

- <http://www.jajapurses.com/bags/>: pour la page catalogue des sacs (bags)
- <http://www.riksak.com/PBSCCatalog.asp?PBMin=1> catalogue produit pour des écharpes
- <http://www.apollon-boutique.com/mag/fr/list-104854.htm> catalogue produit pour des bijoux

Seul le premier site est fait sur UGAL. Quand le code n'est pas propre, on ne peut pas miser uniquement sur un référencement naturel par le contenu. En effet, Google ne comprend pas « PBSCCatalog.asp?PBMin=1 », le Mot « bag » est beaucoup plus parlant.)

Pour résumer, les pages web de nos clients sont parfaitement indexées donc référencées dans les moteurs. Pour l'optimisation du référencement et la mise en place d'une campagne et d'une stratégie, nous travaillons avec des partenaires sélectionnés dont c'est le métier. »

- Qu'offre votre solution en matière de marketing ?

« En matière de marketing web, notre offre est complète : fils RSS, Newsletter, Blog. Les produits en vente peuvent afficher un prix promotionnel et les mises en avant sur la page d'accueil se font de façon dynamique. Les fiches produits étant stockés dans une base de données, elles sont exportables très simplement si on doit les injecter dans d'autres outils. »

- Quelles sont les compétences demandées à vos utilisateurs pour utiliser votre solution ?

« Si vous savez utiliser Microsoft Word, vous saurez utiliser UGAL. Il suffit d'avoir un ordinateur et un navigateur. Nos clients sont des vrais neuneus qui n'ont aucune connaissance technique. »

- Y a-t-il un support, une formation ou tout autre aide relative à la création d'une boutique ?

« La philosophie de UGAL est d'offrir un outil qui permette à chacun de gérer son site web. Mais nous pouvons créer un site de démonstration pour nos clients. Ce service est entièrement gratuit. Chaque site bénéficie d'une formation téléphonique (prise en main du système). Ensuite nous offrons un support par email gratuit. Nous nous engageons à répondre dans les 4 heures. Enfin, une base de connaissance est disponible sur notre site : <http://fr.ugal.com/faqs/>

En pratique, nos clients se débrouillent parfaitement tout seul. C'est la raison qui nous permet d'être très compétitif en terme de prix tout en assurant une excellente qualité de service. »

- En combien de temps le commerçant peut-il utiliser sa boutique en ligne ?

En moins de 5 minutes top chrono (règlement par Chèque ou paypal). Le branchement de la carte bancaire est un peu plus long (quelques jours). Après cela dépend des clients. Certains ouvrent leur site et le remplissent très vite, d'autres sont plus lents car ils ont d'autres priorités. »

- Au niveau du graphisme du site, quelles sont les possibilités que vous proposez ?

« Il existe une quinzaine de templates gratuits. Tous les templates sont fournis avec une entête (bannière). Le client peut personnaliser son template en y ajoutant d'autres en têtes (bannières) ou son propre logo.

UGAL fournit également un kit CSS gratuitement qui permet aux webdesigners de personnaliser complètement la charte graphique de leur site <http://fr.ugal.com/designers/> C'est gratuit mais cela sous entend que l'on maîtrise le CSS. Enfin pour ceux qui ne maîtrisent pas le CSS, nous pouvons réaliser des templates sur mesure via nos partenaires webdesigners (cf. plus haut) »

- Votre solution évolue-t-elle ? Si oui, tout le monde peut en profiter directement ? A quelle fréquence votre solution est-elle mise à jour ?

« Notre plateforme evolue plusieurs fois par mois et les mises a jour sont gratuites.

Voilà le fil RSS <http://fr.ugal.com/ugalnews/feed/> des évolutions majeures portées à UGAL depuis son lancement et croyez moi cela ne fait que commencer. Encore une fois notre métier c'est le développement web. »

- Y a-t-il un blog ou site pour suivre les évolutions de votre solution ?

« UGAL dispose de trois fils RSS :

- <http://fr.ugal.com/ugalnews/feed/> modifications portées à la plate forme
- <http://fr.ugal.com/news/feed/> actualités web suceptiles d'intéresser nos clients pour leur permettre d'animer leur site
- <http://fr.ugal.com/blog/feed/>: notre blog : Blougal les neuneus parlent aux neuneus »

- Quels sont, d'après vous, les avantages de votre solution par rapport à vos concurrents ? Pourquoi vous choisir vous ?

« Nous avons le meilleur rapport simplicité d'utilisation/richesse fonctionnelle. Notre solution est simple, complète et évolutive et nos conditions commerciales sont claires. Pas de coût caché. Cela dit encore une fois , le e-commerce n'est pas notre fer de lance. Avec UGAL vous faites bien plus qu'une boutique en ligne (Blog, newsletter, FAQ etc.) »

- Quelles sont les limites de votre solution ?

« Il n' a aucune limite de contenu. Vous pouvez créer autant de catalogues et de produits que vous le souhaitez. Notre plateforme est disponible en anglais et en français. L'allemand et l'espagnol seront disponibles très bientôt. Techniquement nous pouvons rajouter sur demande n'importe quelle fonction.

En revanche nous souhaitons rester sur notre stratégie qui consiste à garder l'outil très simple. Nos clients passent du temps à mettre du contenu sur le site mais ne perdent pas de temps à comprendre UGAL ou à le paramétrer. On ne se positionne pas comme solution ecommerce complète avec gestion des tailles et des couleurs, CRM, remises en fonction du type de client etc etc. Il existe de nombreuses solutions qui proposent déjà cela , cela n'a aucun intérêt de se viser ce marché. On se positionne comme un site web complet avec option ecommerce. C'est très différent. »

- Peut-on tester votre solution gratuitement ? Si oui, combien de jours et par quel biais ?

« 30 jours gratuits, sans engagement et sans limite de fonctionnalité. Vous allez pouvoir vérifier :

<http://fr.ugal.com/creerunsiteweb/> »

Mon bilan

Tout d'abord, il est important de bien préciser que chaque plateforme a **sa propre philosophie**, ses propres ambitions. Il est donc **impossible de les comparer les unes aux autres**. Tout ce que je pourrais donc exprimer dans ce bilan, c'est un sentiment vis à vis de la cohérence globale de la solution et des conseils pour bien choisir la plateforme qui vous correspondra.

Il y a un point à mon avis très important à soulever en premier et j'ai d'ailleurs retrouvé ce même défaut pour toutes les plateformes, il s'agit de **l'interface d'administration**. En un mot : *horrible !* On a droit le plus souvent à des interfaces mal pensées, très peu ergonomiques et ringardes. Avec les technologies actuelles (ajax entre autre) et les spécialistes du domaine je ne comprend pas qu'il n'y ait pas encore eu une remise en question sur ce point. A croire que toutes ces solutions ne s'adressent qu'à des cadors de l'informatique ou des adeptes des casses têtes chinois. Je ne citerais qu'un bon élève dans ce domaine, c'est [Kiubi](#), qui présente une administration agréable à prendre en main.

Niveau fonctionnalités, on trouve un peu de tout. Les grosses plateformes sont assez complètes je trouve. Les fonctions de base conviendront à la majorité des commerçants. Il faudra juste être vigilant sur certains points avant de faire votre choix : est-ce que la plateforme permet de vendre ses produits à l'étranger, est-elle limitée en nombre de produits, y'a t-il des coûts supplémentaires pour certaines options (je pense notamment à [PowerBoutique](#) qui semble adepte de la méthode)... Bref, pensez bien aux limites de chaque solution avant de vous engager. Sur ce point là, je trouve [42Store](#) et [kiubi](#) un peu limités mais tout dépend de vos besoins.

En parlant d'**engagement** il y a aussi plusieurs courants parmi les plateformes. Certaines vous demandent un engagement d'un an (une majorité), d'autres sont sans engagement comme [Oxatis](#) ou [Ugal](#) par exemple.

Deux autres points sont très importants à prendre en compte. Tout d'abord, est-ce que le site généré respecte (un tant soit peu) les **normes du web** (W3C) ? De ce côté là c'est assez catastrophique. Je ne féliciterais que [Store Factory](#) et [Kiubi](#) qui sont les seuls à avoir eu cette démarche. Respecter les standards c'est à la fois respecter ses visiteurs car le site est plus accessible (il est affiché de la façon la plus proche possible sur tous les navigateurs de toutes les plateformes notamment) et c'est respecter les moteurs de recherches. Un site aux normes sera ainsi plus facilement indexer sur les moteurs de recherche.

On en arrive donc au deuxième point, le **référencement**. Là encore, il y a de grosses différences d'une solution à l'autre. Il est important de pouvoir renseigner certaines informations (métas, titres des pages, etc.) ou, tout du moins, de bien vérifier que le site généré soit optimisé pour le référencement (URL rewriting - *réécriture de l'adresse des pages* - par exemple).

Enfin, pensez également au **support** et à l'**aide** mise en place autour de la solution. J'aime bien la partie communautaire de [Rentashop](#) qui propose un forum pour que les commerçants puissent s'entre-

aider dans un esprit communautaire. L'avantage des grosses plateformes est de pouvoir joindre facilement un interlocuteur, je pense notamment à [PowerBoutique](#) qui a de très nombreux conseillers. Mais certaines petites plateformes peuvent tirer leur épingle du jeu en offrant un support un peu plus "familiale" et proche de ses utilisateurs.

En conclusion je dirais que **chacun doit trouver sa solution selon ses besoins et ses objectifs**. Un petit commerçant qui a envie de créer une communauté autour de sa boutique en ligne sera très à l'aise avec un blog-boutique [42Stores](#), une grosse entreprise commercialisant plusieurs milliers de produits se tournera plus naturellement vers du [BoutiqueBuilder](#) et d'autres voulant plus jouer sur l'innovation technologique seront heureux de trouver [Abstrackt](#) et leur solution en flash...

N'oubliez pas que vous pouvez suivre [Wizishop](#) au quotidien pour découvrir l'actualité du e-commerce, des chiffres et des analyses sur la vente en ligne, la présentation d'autres blogueurs ainsi qu'une revue de presse hebdomadaire des articles incontournables... www.wizishop.com/blog !