

COMPRENDRE LES ARCANES DU E-COMMERCE

Appendice

D

Ainsi, quelqu'un a loué vos services pour créer un site et vous demande maintenant de créer un panier électronique. Peut-être vous êtes-vous renseigné et avez-vous appris qu'un panier électronique peut vous coûter une petite fortune. Ou peut-être avez-vous entendu parler de la boutique Yahoo et savez que ce n'est pas ce que vous voulez. Ce type de commerce électronique est certainement le truc en vogue, mais ce n'est pas facile à faire, et vous n'aviez pas prévu de devenir un expert. Peut-être que vous n'aurez pas à le devenir. Peut-être existe-t-il un moyen de faire du commerce électronique d'une manière plus facile et moins coûteuse? Avec l'aide de certains amis, j'ai écrit cet appendice pour faire baisser la courbe d'apprentissage et vous donner une compréhension et un vocabulaire qui vous aideront à traverser les courants de cet océan qu'est le e-commerce.

Si vous voulez ouvrir une boutique en ligne ou vendre des produits et des services sur le Web, vous pouvez y parvenir de différentes façons. Au niveau le plus simple, vous pouvez créer des pages qui affichent vos produits ou services, et laisser vos clients imprimer un bon de commande et vous l'envoyer avec un chèque. Le niveau supérieur suivant consiste à créer un formulaire de commande clair et explicite, à l'aide d'une base de données, et à renvoyer un mail de confirmation afin que votre client sache que sa commande a été prise compte. (Vous en saurez plus dans la section "Alternative au traitement du paiement en temps réel".)

Vient ensuite le niveau le plus haut. Pour faire une vente sur le Web, vous devrez être capable de montrer vos mar-

chandises, de prendre et de rassembler les commandes, de les approuver, d'encaisser l'argent et, finalement, d'envoyer les produits. GoLive vous permet de créer de très belles pages : l'équivalent d'un catalogue ou des rayons d'une boutique. Mais pour que les utilisateurs puissent vous acheter quelque chose, ils ont besoin de remplir un bon de commande et de vous payer. Cela ajoute trois parties supplémentaires aux arcanes du commerce électronique — le point central de cet appendice.

Vendre sur le Web

On dit souvent que vendre sur le Web est horriblement complexe, difficile et source de confusion. Ce n'est pas tout à fait vrai. Les bases sont simples. Mais un commerce important demandera un système électronique intégré de prise de commandes, une gestion des stocks et une administration qui nécessitera des systèmes d'intégration (hors de propos dans ce livre). Si vous souhaitez construire un site Web avec la possibilité de vente en ligne de produits et services, il existe une solution plus simple. Vous n'aurez besoin d'ajouter que trois choses à votre site.

- ◆ **Un panier électronique.** C'est le logiciel qui tourne habituellement sur le serveur et qui regroupe les commandes du client, gère la base de données des marchandises lorsque le client choisit des articles, compte et calcule les variables (telles que la quantité, le prix, la taxe éventuelle, les frais de port, les réductions, etc.), et affiche le total lorsqu'il est demandé. Lorsque vous rechercherez un panier électronique, prenez en compte sa flexibilité. Un bon panier permet à l'utilisateur de modifier sa commande en ajoutant ou en supprimant des articles ou leur nombre. Un très bon panier peut même montrer au client ce que contient son panier tout au long de ses achats.
- ◆ **Un service de traitement de carte de crédit, aussi appelé "gateway" (passerelle).** C'est le logiciel qui prend en charge la transaction des données depuis la base de données du panier électronique, les traite (via le système bancaire) et revoie une autorisation ou interdiction au client, d'une manière ou d'une autre. Il crédite alors le compte bancaire du marchand.
- ◆ **Un compte de commerce Internet.** Ce n'est pas un compte bancaire, comme le pensent la plupart des gens, mais un compte qui vous permet les transactions de cartes de crédit sur le Web. Considérez-le comme une adhésion à un club. C'est lui qui vous permet d'entrer dans le jeu.



Si vous possédez déjà un compte de commerce électronique, ne pensez pas que vous êtes prêt pour le Web. Assurez-vous d'avoir bien lu les petites lignes de votre contrat, car vous pouvez ne pas être autorisé à utiliser ce compte pour des commandes par mail — et le Web est considéré comme un système de commande par mail. Vous verrez que, bien souvent, votre agence bancaire ne peut pas fournir de compte de commerce Internet. — *Doug Fairchild, Art Director, eCatalogBuilders.*

Il est crucial que les trois éléments fondamentaux précédents soient intégrés les uns aux autres. Par conséquent, à moins que vous ne sachiez exactement ce que vous faites, il est impératif d'être certain qu'ils soient bien intégrés. Si vous deviez acheter une voiture, vous n'achèteriez pas une carrosserie de Chevrolet, un moteur de Mercedes et une transmission de Toyota, à moins de vouloir passer les mois suivants à tout modifier pour que cela fonctionne

(sans parler des outils et du savoir faire nécessaire). Mon conseil, pour vous éviter des déboires, est de vous procurer ces trois parties auprès de la même source, ou de vous assurer que chacune d'entre elles communique avec l'autre dans le même langage. Assurez-vous également que c'est bien ce dont vous avez besoin. (Voir plus loin.)

Rassembler les pièces

Il vous faut un moyen de paiement. Pour cela, vous avez besoin d'un compte bancaire spécial qui recevra les paiements effectués par carte de crédit. Ce type de compte est appelé compte marchand, que vous devez considérer comme une caisse électronique. Vous avez également l'équivalent d'un caissier qui vérifiera le paiement et le placera dans la caisse. Cela s'appelle une solution de traitement de transaction. Ce logiciel communique avec toutes les parties concernées : le client, la compagnie de carte de crédit, vous et la banque. Le compte marchand et le processus de transaction sont collectivement appelés le service marchand.

Quand votre client a terminé ces achats et les valide, le panier électronique a besoin de passer l'information à la banque, via la solution de traitement de transaction. Votre panier nécessite une interface personnalisée pour communiquer avec le service marchand que vous avez choisi, afin de pouvoir transférer les fonds dès qu'il reçoit l'autorisation de la carte de crédit de l'utilisateur. C'est la raison pour laquelle, il est important que le panier et le service marchand soient bien interfacés. La solution de traitement de la transaction passe par plusieurs phases de communication. Tout d'abord, elle vérifie l'authenticité de la carte de crédit de l'utilisateur et que les fonds sont disponibles (c'est-à-dire que l'utilisateur n'a pas dépassé sa limite autorisée). Puis, si tout va bien, elle transfère les fonds à votre banque. Elle envoie également une réponse à l'acheteur lui indiquant le succès ou non de l'opération. Selon le fournisseur, vous pourrez personnaliser ou non l'aspect du message renvoyé au client.

La solution de traitement de la transaction est fournie par une compagnie indépendante du compte bancaire marchand, mais travaille en conjonction avec ce dernier. Cette solution fournit le logiciel qui réside sur le serveur de cette compagnie (et non sur votre serveur). Ce logiciel assure la connexion sécurisée des informations transférées.

Vous disposez de quelques options lors du choix de la solution de traitement de transaction, comme la transaction en temps réel, la commande groupée, la pré-autorisation, le débit récurrent et plus encore. La transaction en temps réel se fait, comme son nom l'indique, immédiatement. Avec la commande groupée, les ordres sont sauvegardés et envoyés groupés quand vous le souhaitez. La pré-autorisation permet de garantir que le possesseur de la carte dispose des fonds disponibles sur sa ligne de crédit bancaire. Une autorisation affirmative crée un code d'autorisation, et les fonds sont mis de côté. La ligne de crédit du possesseur de la carte est réduite d'autant. Le débit récurrent définit un débit périodique fait sur la carte de crédit ou sur le compte du client. Cela s'avère utile pour recueillir des mensualités ou autres charges mensuelles.

Savoir où commencer

Dans ma recherche, une banque bien connue vendant des comptes marchands et des solutions de traitement de transactions m'a conseillé d'acheter d'abord le compte marchand, de manière à pouvoir bénéficier des meilleurs honoraires, d'un montant de charges mensuelles minimum et d'autres avantages financiers. Cela peut sembler un bon conseil pour une compagnie envisageant des transactions commerciales mensuelles importantes, mais c'est sans conséquence pour une petite compagnie qui démarre sur le Web. C'est une question de choix — une décision à prendre. Les charges de transaction (le montant pris par la compagnie assurant la transaction) se situe aux alentours de 40 cents d'Euro par transaction, tandis que le taux d'escompte de la compagnie de carte de crédit (Visa, AMEX, etc.) se situe aux alentours de 2,5%. Pour des petits volumes, la différence de quelques cents entre les honoraires de transaction et le taux d'escompte peut être insignifiante. Si le volume est plus important, ce sera à vous de décider quel sera le meilleur service.

D'un point de vue de concepteur de site Web, le choix d'un panier électronique peut être le meilleur départ, car son interface est ce avec quoi vous allez travailler. De nombreux paniers sont disponibles sur le Web. Il suffit de faire une recherche dans différents moteurs pour les trouver. (Entrez, par exemple, "panier électronique" ou "commerce électronique".) Bien qu'ils servent tous le même but et travaillent de manière similaire, ils ne se ressemblent pas tous. Certains ne proposent qu'un seul service de transaction. D'autres ne peuvent être utilisés qu'avec le service d'hébergement sur lequel ils se trouvent. Certains paniers imposent l'aspect de la page de la boutique, alors que d'autres laissent toute liberté au concepteur. D'autres encore ne permettent qu'un certain nombre de produits et font payer les suppléments. Tous ces paniers varient aussi considérablement en puissance et en flexibilité. Certains sont chers et d'autres bon marché, difficiles ou faciles à configurer. Certains demandent au concepteur l'apprentissage d'un langage de script. Si vous avez des demandes spécifiques pour votre boutique, il est préférable de comparer les prix avant d'acheter. Si la description de leur site Web n'est pas claire, faites une liste de vos questions et attendez leur réponse avant de prendre une décision.

Voici quelques détails à considérer avant d'acheter un panier électronique :

- ◆ Le panier répond-il à vos attentes?
- ◆ Le prix est-il en rapport avec la qualité et les performances?
- ◆ Existe-t-il une limite au nombre de produits pouvant être proposés, ce qui pénalise toute expansion de la boutique?
- ◆ Payez-vous pour des choses dont vous n'avez pas besoin? Ce n'est pas parce qu'un panier comportera des fonctionnalités que vous n'allez pas utiliser avant un certain temps que vous devez payer pour. Cependant, un panier bien conçu comportera une gamme complète de fonctionnalités à un prix raisonnable, et devrait vous laisser de la place pour une expansion et une reconception future de la boutique. Ainsi, vous aurez probablement des fonctions supplémentaires, un jour ou l'autre. Mais si vous n'avez pas besoin des fonctions finales évoluées, comme la recherche dans une base de données d'un site Web, avec inventaire et état des ventes, envisagez de trouver quelque chose de plus simple qui supplée à vos besoins propres.
- ◆ D'autre part, avez-vous vraiment besoin des fonctions évoluées ci-dessus mentionnées? Si oui, est-ce que le panier pourra bien les gérer et avec quelle facilité?

- ◆ Pendant la durée de vie envisagée de votre site, le panier peut-il être mis à jour ou migrer vers un système plus évolué, avec personnalisation de gestion ou autre, sans que vous ayez à payer de supplément? Pourrez-vous simplement utiliser la fonction de recherche et de remplacement globale de GoLive pour modifier l'interface, ou cela demandera-t-il des heures et des semaines de travail?
- ◆ Est-ce que le panier est bien interfacé avec la solution de traitement transactionnel et le compte marchand que vous souhaitez utiliser?
- ◆ Est-ce qu'il fonctionnera sur le type de serveur sur lequel votre site est hébergé? Si non, voudrez-vous déplacer votre site sur un serveur compatible?
- ◆ Est-il facile de concevoir votre site? Accepte-t-il le Glisser-déposer depuis la palette de GoLive pendant la construction de votre page de produits? Offre-t-il une gamme complète d'options d'achat, y compris tout ce dont vous pouvez avoir besoin maintenant et plus tard comme quantité, taille, couleur, style, accessoire, image cliquable, achats multiples depuis la même page, etc.? Facilite-t-il les achats du client ou l'oblige-t-il à le faire sauter de page en page? En d'autres termes : encourage-t-il la vente?
- ◆ Est-il facile à installer sur le serveur. Est-il livré avec un installateur que votre hébergeur ne voudra peut-être pas lancer sur son serveur, ou bien est-ce une simple option de téléchargement sur le serveur?
- ◆ Y a-t-il autre chose que votre panier doit faire et qui n'a pas été couvert par les questions précédentes?

Considérez toutes ces questions, à la lumière de ce que vous souhaitez proposer dans votre e-catalogue, et recherchez le panier qui s'en rapproche le plus.

Configurer votre panier électronique

Je ne peux pas vous donner tout un ensemble d'étapes strictes pour configurer votre panier électronique, car chacun d'entre eux est différent. Cependant, certaines similitudes s'appliquent à tous. Le panier est placé dans le répertoire du serveur, votre site est placé dans son propre répertoire, et tous deux sont reliés ensemble. Ainsi, lorsque le client clique sur un bouton ou un lien, les articles sont placés dans le panier, ainsi que leur description, leur numéro de référence, leur prix, la taxe s'y appliquant, la quantité, etc., selon les besoins. Nous prendrons comme exemple un panier qui a retenu mon attention, car il est très intuitif et s'intègre parfaitement avec GoLive 5, via la palette Objets. Ce panier s'appelle CatalogBuilder. Vous le trouverez dans le CD-ROM qui accompagne ce livre, dans le dossier CatalogBuilder GoLive5.0 Toolkit. Ce dossier contient l'Extend script et les images nécessaires à la création de l'onglet e-commerce de la palette Objets. Il contient également un modèle de site CatalogBuilder, que vous pourrez utiliser à volonté comme modèle de structure de site e-commerce, afin que tout ce que vous construirez sur la boutique en ligne soit lié et immédiatement disponible après son téléchargement sur le serveur.

Amusons-nous donc avec lui et apprenons à configurer une page de produits pour une boutique en ligne. Voici comment faire :

1. Copiez le CatalogBuilderGoLive5.0Toolkit sur votre disque dur.

2. Ouvrez le dossier et familiarisez-vous avec son contenu. Remarquez qu'il contient deux dossiers : CatalogBuilder Cart (le panier) et CBModel (le modèle de site).
3. Déplacez le dossier CBModel et tout son contenu dans le dossier Modèles de sites, situé dans le dossier de l'application GoLive. (Voir Chapitre 5 pour en apprendre plus sur les modèles de site.) Placez-le où vous voulez. C'est le modèle de site de commerce électronique qui utilise ce panier et qui contient documentation et exemples de fichiers produits pour l'e-commerce. Vous pouvez néanmoins concevoir votre propre site, mais celui-ci est arrangé de telle manière que les pages que vous créez et enregistrez sont automatiquement liées et qu'aucun autre code n'est requis.
4. Déplacez le dossier CatalogBuilder Cart et tout son contenu dans le dossier Extend Scripts qui se trouve à l'intérieur du dossier Modules du dossier de l'application GoLive. C'est ce dossier et l'Extend Script qui créeront l'onglet CatalogBuilder shopping cart dans la palette Objets.
5. Lancez ou relancez GoLive.
6. Remarquez le nouvel onglet vert de la palette Objets, intitulé "CB".
7. Ouvrez le fichier `Test.html` du dossier HTML du site CBModel ou créez votre propre page et enregistrez-la dans le dossier de ce site. Donnez-lui un aspect réaliste en ajoutant un graphique et un texte descriptif.
8. Allez dans l'onglet CB et faites glisser l'un des CB BuyObjects (Objets d'achat CB) sur votre page (ou sur une grille de la page). Assurez-vous que l'option Afficher les éléments invisibles est sélectionnée dans le menu Edition.
9. Vous devez voir plusieurs icônes de champs masqués. Sélectionnez chacun d'entre eux et examinez-les via l'Inspecteur.
10. Sélectionnez, tour à tour, chaque champ masqué, et entrez le numéro de l'article, la description du produit, son prix (sans symbole monétaire), la taxe afférente et la quantité (ou non), la valeur 1 étant celle par défaut. Laissez en blanc le champ CustID, car le panier attribuera une identification (ID) aléatoire au client (Customer). (Les quatre derniers champs concernent les services de transport et ne sont pas importants tant que vous n'avez pas inscrit votre site — nous n'entrerons pas dans ces considérations ici.)
11. C'est tout. Vous venez de créer une page de catalogue électronique, qui est déjà liée au panier et permet à quelqu'un d'acheter quelque chose depuis cette page. Ajoutez autant de BuyObjects que nécessaire. Chacun contient ses propres champs de formulaire. Pour plus d'informations, reportez-vous à la documentation qui accompagne ce kit ou visitez le site www.catalogbuilder.com.

Installer le panier sur votre serveur

L'installation du panier est très simple. Il vous suffit de charger le site modèle nommé CBModel livré avec le kit sur le serveur, et de placer le panier (CatalogBuilder Cart) dans le répertoire nommé Cart. (Il existe aussi un installateur, mais les installateurs rendent nerveux certains fournisseurs Internet, car ils ne savent jamais ce qui est mis dans leur serveur.) Votre fournisseur crée une base donnée ODBC pour le panier et vous donne son chemin d'accès. Vous créez une liaison en entrant ce chemin d'accès dans l'un des fichiers du panier. CatalogBuilder est livré avec un modèle d'interface pour le traitement des transactions

AuthorizeNet ou avec le service de transaction de carte bancaire Cardservice International. Un compte marchand est fourni avec chacun d'entre eux. L'intégration avec votre service marchand est alors directe et simple. Vous trouverez les informations complètes sur le site de CatalogBuilder à www.catalogbuilder.com.



Les entreprises possédant un compte marchand et un traitement de carte de crédit pour leur magasin réel en ville veulent généralement l'utiliser également pour le Web. Dans de nombreux cas, leur contrat de service marchand le leur interdit, pour des raisons techniques. Les solutions de traitement de transaction de cartes bancaires conçues pour les boutiques réelles ne s'intègrent généralement pas avec les méthodes de paiement en temps réels d'un site Web, et, si cela est quand même possible, le coût du programme d'intégration est prohibitif. Il est plus facile et bien moins cher d'acheter un nouveau jeu de services marchands pour le site. Les prix varient, mais un bon traitement de transaction et un service marchand se situe autour de 500 Euros. Cependant, il existe une situation où il est préférable d'utiliser un compte existant. Si la nature du commerce n'impose pas un paiement en temps réel, il est alors possible de configurer un panier qui stockera les commandes dans une base de données et les téléchargera périodiquement pour un traitement manuel, tout comme dans une boutique réelle. — *Doug Fairchild, Art Director, eCatalogBuilders.*

Quelles sont les options du traitement des transactions ?

Les options de transaction pour le Web comportent la transaction en temps réel, qui survient lorsque le client est sur le site, et ce qui est appelé le traitement groupé, lorsque les commandes sont recueillies durant la journée et traitées en groupe. Ce sont les services standards habituels. En plus de ces transactions de carte de crédit existe un système de gestion automatique des chèques permettant au client de se faire débiter le montant de ses achats directement sur son compte en banque. Un autre service, appelé service récurrent, permet un débit différé et périodique, utile pour tout paiement "récurrent" comme le montant d'adhésion, de charges mensuelles de toute sorte, etc. Chaque service de traitement de transactions ayant sa propre politique, renseignez-vous auprès d'eux.

Les services marchands sont commercialisés de plusieurs manières. Certains sont compris dans un package Web, d'autres sont loués et d'autres encore sont vendus forfaitairement. Décider quelle solution est la meilleure est fonction de votre jugement et de vos besoins. De manière générale, cependant, vous économiserez de l'argent et aurez plus de liberté à faire les choses comme vous le voulez, en achetant votre propre service marchand pour un montant forfaitaire et en gérant vous-même l'hébergement de votre site. Cela ne signifie pas que vous ne devez pas acheter le panier et les services marchands au même endroit, pour vous garantir leur intégration, mais que, s'ils sont liés à l'hébergement, vos choix pourront parfois être limités. C'est une chose à considérer.

Certains fournisseurs de services marchands louent leurs services sur une base mensuelle, au lieu de les vendre forfaitairement. Cela peut être un moyen de démarrer si vous n'avez pas les moyens d'acheter les services, mais cela signifie aussi que vous ne cesserez jamais de la payer, ou, lorsque le contrat arrivera à sa fin, vous réaliserez que vous avez payé trois ou quatre fois plus que ce que vous aurait coûté l'achat, et que ce dernier n'est pas un coût si élevé en regard du commerce envisagé.

Les charges afférentes à un service marchand

Comme tout commerce a ses charges, un certain nombre de frais sont liés aux services marchands. Voici un résumé de quelques frais types pour un compte marchand type et un traitement de transactions de carte bancaire. (Ces prix sont donnés à titre indicatif.)

- ◆ **Le taux d'escompte** — 2,55%. C'est ce que Visa ou Mastercard soustraira de votre prix de vente. De leur point de vue, ils prennent un escompte sur l'argent qu'ils vous avancent pour la vente et qu'ils récupéreront plus tard auprès du possesseur de la carte.
- ◆ **Les charges transactionnelles** — 0,35 Euro. C'est le montant prélevé pour chaque transaction.
- ◆ **Les charges mensuelles des services de transactions** — 23 Euros. C'est ce que vous paierez mensuellement.
- ◆ **Le minimum mensuel** — 23 Euros. Si vous faites au moins 66 transactions à 0,35 chacune, vous paierez 23,10 Euros. Si vous en faites moins, vous paierez néanmoins 23 Euros.
- ◆ **Les frais de gestion de votre compte commercial.** Ils varient d'une banque à l'autre.

Hors frais de gestion de votre compte commercial, vous avez déjà un montant de 46 Euros de frais fixe. Ajoutez-y les frais transactionnels, le taux d'escompte prélevé pour les ventes réelles et les autres frais éventuels, pour évaluer le coût de votre boutique électronique.

Transactions internationales de carte de crédit

Actuellement, il est plus facile d'obtenir un traitement transactionnel des cartes de crédit au Etats-Unis que dans la plupart des autres pays. Certaines banques américaines offrent maintenant des services aux USA pour les compagnies étrangères. Ces services sont quelque peu limités, comparés à ceux disponibles aux entreprises basées en Amérique, mais peuvent faire l'affaire, dans certains cas. AuthorizeNet et Cardservice International offrent de tels services.

L'alternative est le service de traitement du paiement. Avec cette possibilité, le détail de chaque transaction est géré par le service, en échange d'un petit pourcentage. Donc, chaque mois, le service vous envoie un relevé de vos ventes. Kagi.com est un excellent exemple de ce type de service. Vous pouvez en apprendre plus sur Kagi et son traitement de paiement à www.kagi.com. En fait, je le recommande chaudement.

Héberger un commerce électronique

Techniquement, vous pourriez héberger votre site de commerce électronique sur n'importe quelle place proposant un hébergement adéquat pour votre panier, mais il vous faudra également un serveur sécurisé pour les transactions de paiement. Bien qu'une controverse persiste sur le degré de fiabilité des transactions pécuniaires sur Internet, il est un fait que le grand public le perçoit comme un risque. Donc, un serveur sécurisé est un "must".

Lorsque vous choisirez votre hébergement, assurez-vous que votre panier et toute autre page requérant une sécurité sont placés sur un serveur sécurisé, et que celui-ci est inclus dans le prix que l'on vous demande. Certains services d'hébergement demandent au propriétaire du site un certificat de sécurité, délivré par VeriSign ou par un autre organisme. D'autres vous fournissent un certificat de sécurité sur une base mensuelle de frais. Dans ce dernier cas, cela peut coûter moins cher qu'acheter son propre certificat, car vous n'aurez pas besoin d'en posséder un de manière privée. Renseignez-vous auprès de votre hébergeur ou de votre fournisseur d'accès, ou visitez le site de la compagnie à www.verisign.com.

Vous souhaiterez également un service de courrier, afin que vos commandes vous soient envoyées. Cela fait généralement partie du service d'hébergement de commerce électronique. Au moment où ces lignes sont écrites, le prix d'un hébergement commercial sur un serveur sécurisé est d'environ 55 Euros par mois.

Trouver une alternative au paiement en temps réel

Peut-être n'avez-vous pas véritablement besoin d'un traitement en temps réel en ligne, ou même d'un service de traitement de paiement. Si vous possédez déjà une boutique réelle et un lecteur de carte de crédit, tout ce dont vous avez besoin est de recueillir la commande, le nom et l'adresse de livraison du client et les informations nécessaires concernant sa carte de crédit.



Si vous vendez de nombreux produits, vous voudrez utiliser un panier pour garder la trace des commandes pendant que votre client achète. Mais si vous n'en proposez que quelques-uns, cela ne sera pas utile.

Le premier souci est la sécurité. Comme vos clients vous envoient leur nom, leur adresse et les informations concernant leur carte de crédit, vous devrez protéger ces données sensibles. Il est assez simple de crypter certains champs de formulaires spécifiques au moment où le formulaire est envoyé par e-mail. Plusieurs scripts Perl pourront le faire pour vous. En plus, vous souhaiterez certainement que votre page de commande soit hébergée sur un serveur sécurisé.

La chose suivante est de vous assurer que vous pourrez facilement lire et traiter une commande par e-mail. Vous voudrez confirmer la commande à votre client, entrer la vente dans une base de données, enregistrer les informations concernant le client, etc. Typiquement, une commande envoyée par e-mail arrive sous la forme d'une chaîne de caractères, qu'il est difficile de lire et de séparer en plusieurs éléments. De plus, même si vous pouvez la lire, le personnel de votre bureau devra l'incorporer, ce qui prend du temps et ouvre la voie aux erreurs. Pour que vos données reposent dans une base de données, il faut que celle-ci soit déjà en place dans un serveur (ce qui implique le souci de compatibilité entre base de données et serveur). Cependant, Document Express vous permet d'utiliser votre courrier électronique comme système de prise de commandes, tout en gardant l'avantage de la base de données. Document Express fournit une base de données prête à être personnalisée qui résidera sur

votre propre machine de bureau, et à laquelle vous aurez un accès total. L'action que vous entrez dans le formulaire envoie les données du formulaire de commandes dans un courrier électronique, spécialement formaté, que la base de données récupère pour vous créer un enregistrement client. Une fois la donnée arrivée dans la base, Document Express peut procéder à tout type de traitement et générer tout type de réponse pour vous. Pour plus d'informations sur Document Express, reportez-vous à l'encart qui suit.



Vous trouverez une version de démonstration de Document Express et un jeu complet de modèles prêts à être personnalisés dans le CD-ROM qui accompagne ce livre. Ces modèles ont tous été créés dans GoLive et sont prêts à être modifiés en mode Mise en page. Vous pouvez en apprendre plus en visitant le site suivant

www.documentexpress.com.

(Au moment de l'écriture de ce livre, Document Express n'est disponible que pour Mac, mais, lorsque vous lirez ces lignes, il le sera probablement pour Windows.)

Gestion Clientèle et E-commerce

Technique de panier électronique et problème pécuniaire mis à part, vous devriez considérer d'autres possibilités.

Imaginons qu'un client se trouve sur votre site et qu'il a des questions à poser. Peut-être veut-il savoir si vous avez une certaine taille de T-shirt en stock, ou peut-être veut-il se sentir plus en contact avec vous — pour casser l'effet impersonnel de la relation. Comment allez-vous gérer cela ? Vous désirez probablement définir un mécanisme pour le service clientèle.

Maintenant, imaginons que vous avez réalisé votre vente avec succès. Voudrez-vous envoyer une lettre de remerciement ?

Vous pouvez faire ce suivi de clientèle en utilisant une base de données en ligne qui recueillera les commandes et les demandes du client. Mais l'hébergement d'une base de donnée est coûteux et demande un accès constant à la base, ou un envoi périodique des données qu'elle reçoit. Heureusement, il existe une méthode moins chère et (je pense) meilleure.

Document Express vous permet de poster toutes sortes de formulaires de service client par e-mail et vous évitera de travailler avec une base de données en ligne. Ensuite, les détails de la demande du client seront importés directement dans la base de Document Express, vous épargnant ainsi un temps précieux. Puis il envoie un message dès la demande du client effectuée, aux différents membres concernés de votre service, permettant à ces derniers de se mettre immédiatement au travail. Lorsque le temps est venu d'envoyer les réponses au client, les informations le concernant sont déjà disponibles et fusionnées avec celles que vous lui envoyez.

Gestion Clientèle et E-commerce

N'oubliez pas : réaliser une première vente avec client n'est que la première partie du commerce. Il est important de le fidéliser en gardant le contact avec lui. L'e-mail est un moyen qui fonctionne bien, mais qui vous garde occupé, vous et votre équipe, en proportion du succès du site. Et cela ne vous permet pas de faire un suivi client. Un client peut vous demander un avis sur un nouvel article que vous proposez à la vente. Ou vous pouvez vouloir lui envoyer des bons de réductions, de temps à autre. En utilisant Document Express, votre mécanisme se trouve déjà en place.

Si vous n'avez pas besoin de recueillir les messages des clients (si vous possédez un numéro 0800 et que vous payez une équipe complète gérant les appels téléphoniques), un autre excellent logiciel permettant l'envoi d'e-mails personnalisés est eMerge (www.emerge.com.)