

Internet

e-Commerce

Olivier Pons / 2014 - 2015

A silhouette of a tree on a hill, located in the bottom right corner of the slide.

e-Commerce

Objectif

e-Commerce top-down

Sommaire

1. Business models
2. e-Commerce
3. Fondamentaux
4. Hôtes virtuels
5. Outils



1. Business models

Définition

Le commerce électronique ou vente en ligne, désigne l'échange de biens, de services et d'informations entre les Réseaux informatiques, notamment Internet.

<http://fr.wikipedia.org/wiki/ECommerce>

1. Business models

e-Commerce ↔ e-Business

e-Commerce

Le marchand vend en ligne ses produits
→ ***pas*** d'idées sur les profits, etc.

e-Business

Les méthodes pour vendre sur internet
→ ***que*** des idées sur les profits, fidélisation, relance, produits dérivés etc.

<http://fr.wikipedia.org/wiki/ECommerce>

1. Business models

Classes e-Business

- 1 – B2G : entreprises ↔ gouvernement
- 2 – B2B : entre entreprises
- 3 – B2E : entreprise ↔ ses employés
- 4 – B2C : entreprises ↔ particuliers
- 5 – C2C : entre particuliers

G : Government

E : Employees

B : Business

C : Consumers

<http://fr.wikipedia.org/wiki/ECommerce>

1. Business models

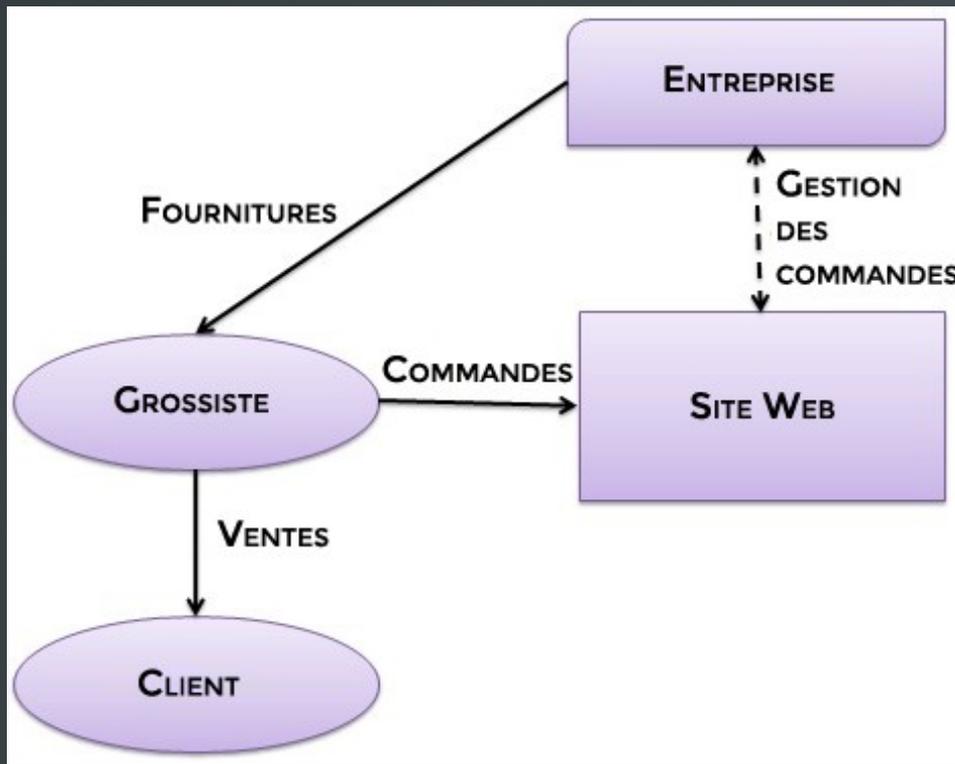
B2G

Entreprises ↔ gouvernement : B2G



1. Business models

B2B



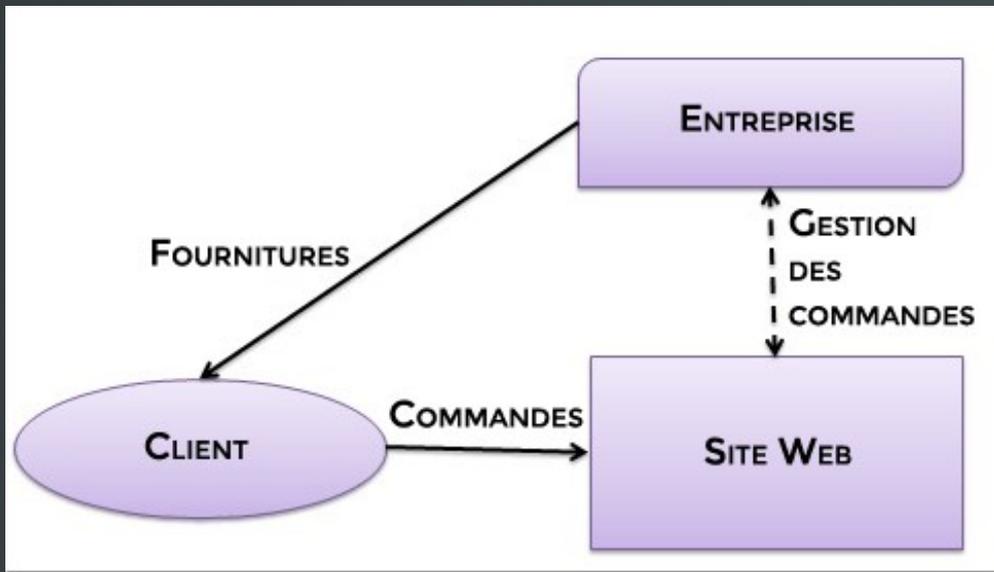
Entre entreprises

- vente de vins pour les professionnels
- vente de matériel groupe-synergies.fr
- tout type de vente entre entreprises

1. Business models

B2E

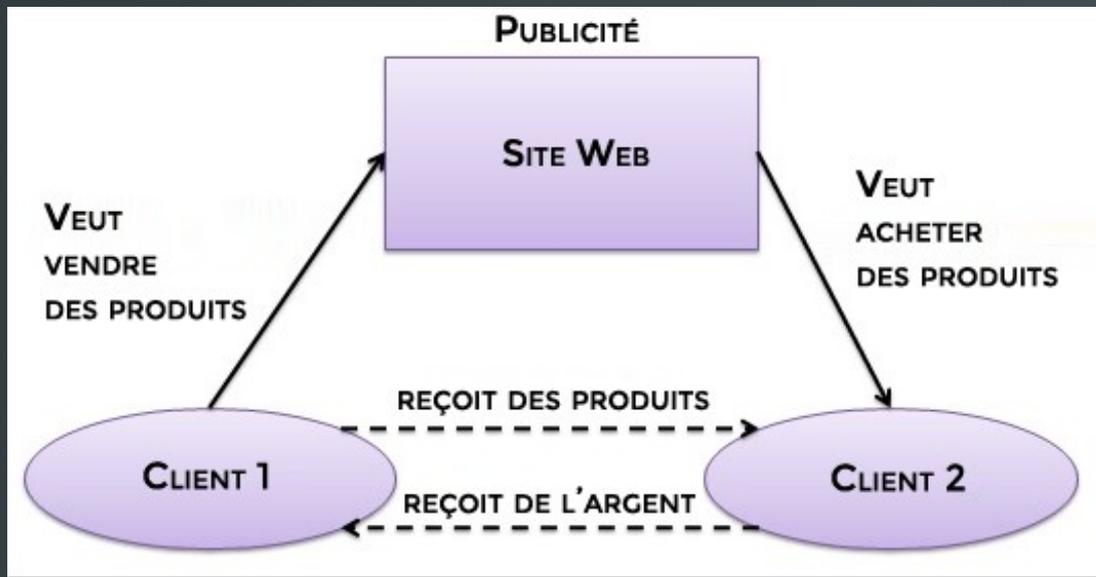
Entreprise ↔ ses employés



- toute vente de produits !
- biens physiques (Cds, vêtements etc.)
- biens immatériels (musiques, VOD etc.) mais aussi services en ligne (banque...)

1. Business models

C2C



Client ↔ Client

- ventes aux enchères (eBay)
- tiers de confiance (Fnac, Priceminister)
- petites annonces (leboncoin)

1. e-Commerce

- Cartes de crédit
- Cartes de débit
- Smart Card
- E-Money
- Electronic Fund Transfer (EFT)



1. Business models

Nouveaux types émergents

m-Commerce

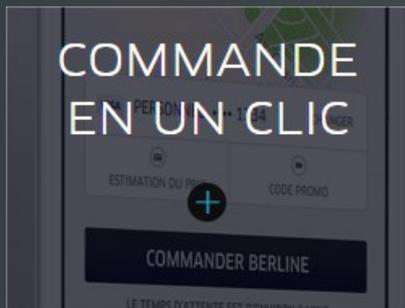


Starbucks
 Paiement avec
 son téléphone

Apple
 Amazon

...

Uber : taxi



e-Commerce

1. Business models

Nouveaux types émergents

f-Commerce

 Login

 Sharing

 Parse

 Games

 App Ads

 Payments

facebook

 Payments

Warner Bros
Starbucks
Coca-Cola
Nike
Disney
Pampers

2. Site

Vision générale

Critères de qualité

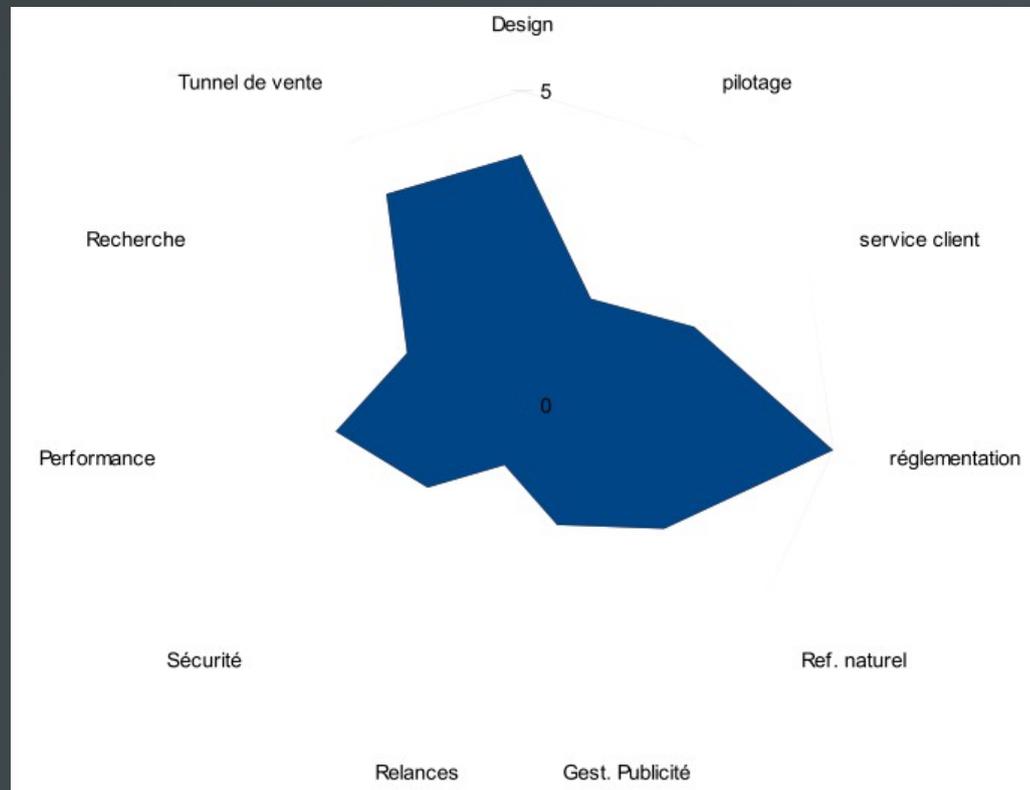
Critères		Note
Expérience utilisateur	Design	4
	Tunnel de vente	4
	Recherche	2
Technique	Performance	3
	Sécurité	2
Marketing	Relances	1
	Publicité	2
	Réf. naturel	3
Relation client	Règlementation	5
	Service client	3
	Livraison	2

e-Commerce

2. Site

Vision générale

Critères de qualité



2. Site

Vision générale

Expérience utilisateur

- Look / design / identité
- Fluidité (rechargement, accessibilité, rapidité)
- Respect des codes (fluid layout)
- Mise à jour du catalogue
- E-merchandising : ergonomie et utilisabilité



2. Site

Vision générale

Tunnel de vente

- Disponibilité des stocks
- Mise en panier
- Frais de livraison
- Inscription
- Couponing
- Paiement
- Clarté des informations de vente



e-Commerce

2. Site

Vision générale

Recherche

- Puissance du moteur de recherche
- Discrimination des résultats
- Guidage vers le résultat
- Adaptation au profil



2. Site

Vision générale

Performance

- Temps d'affichage des pages
- Temps d'affichage des recherches
- Temps de réponse aux heures de pointe
- Temps d'affichage des pages d'atterissage



e-Commerce

2. Site

Vision générale

Relances

- Fidélisation
- Paniers
- Personnalisation
- Phoning



2. Site

Vision générale

Référencement naturel

- Respect W3C
- Mise en valeur des mots-clé
- Codage des URLs
- Qualité des contenus
- Composition des pages
- Backlinks
- Réseaux sociaux



2. Site

Vision générale

Réglementation

- Informations légales
- Inscription
- Mention disponibilité
- Règles de retour
- Règles sur les prix / promotions



2. Site

Vision générale

Service client

- Réactivité téléphone
- Réactivité mail
- Réactivité online
- Espace client
- Suivi commande
- Suivi réclamations
- Délais de livraison
- Implication internautes



3. Fondamentaux - DNS

fsf.com => 208.73.210.29

gnu.org => 140.186.70.148

...



3. Fondamentaux - DNS

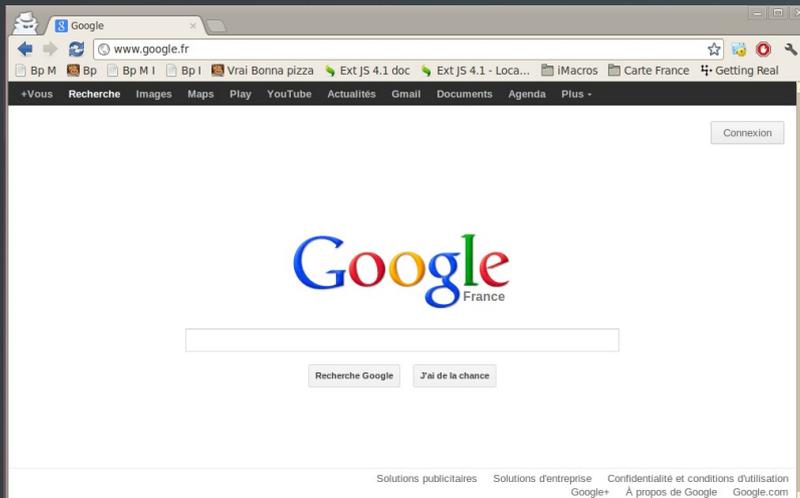
fsf.com => 208.73.210.29

gnu.org => 140.186.70.148

...



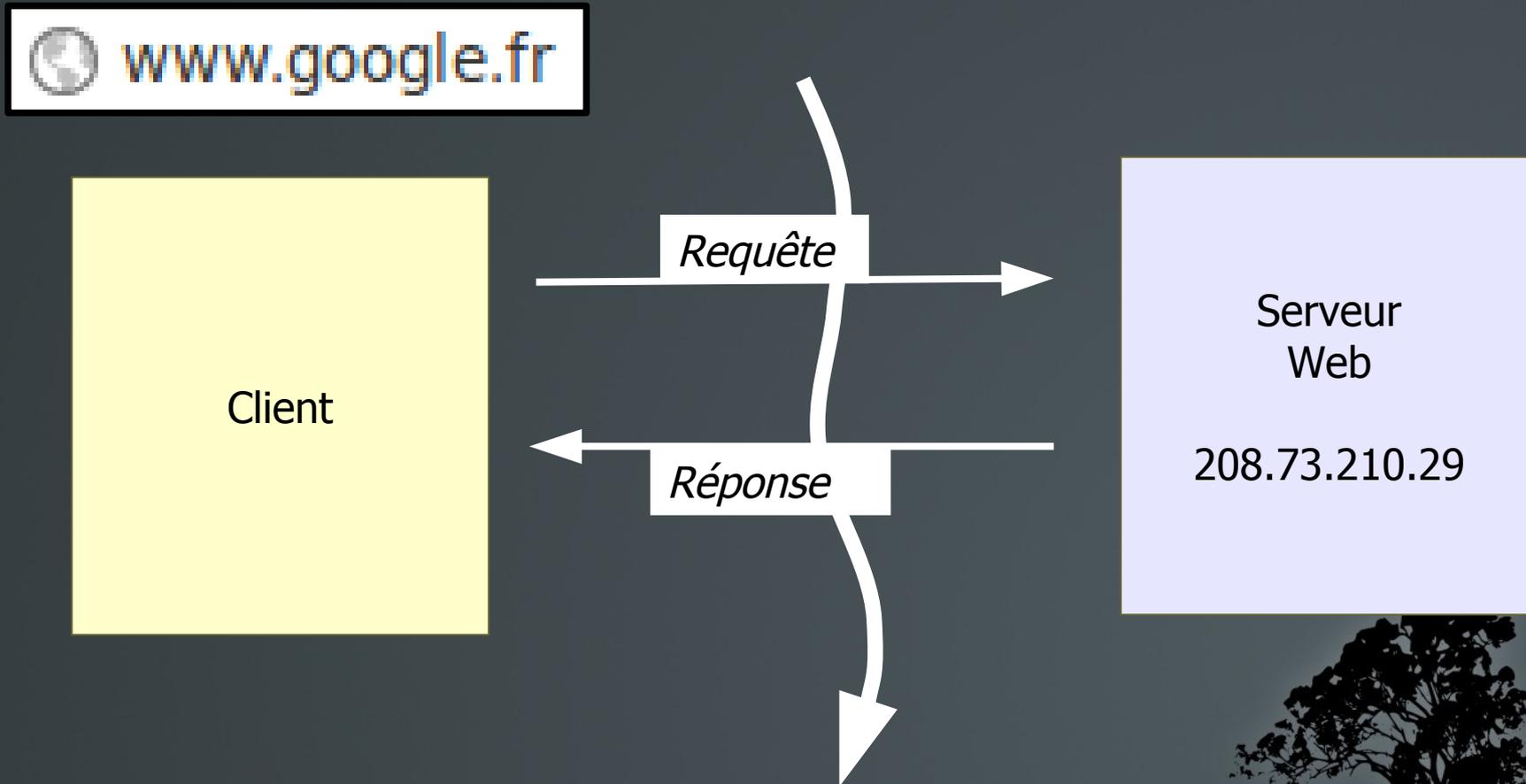
3. Fondamentaux - DNS



=> 208.73.210.29



3. Fondamentaux – Client Serveur

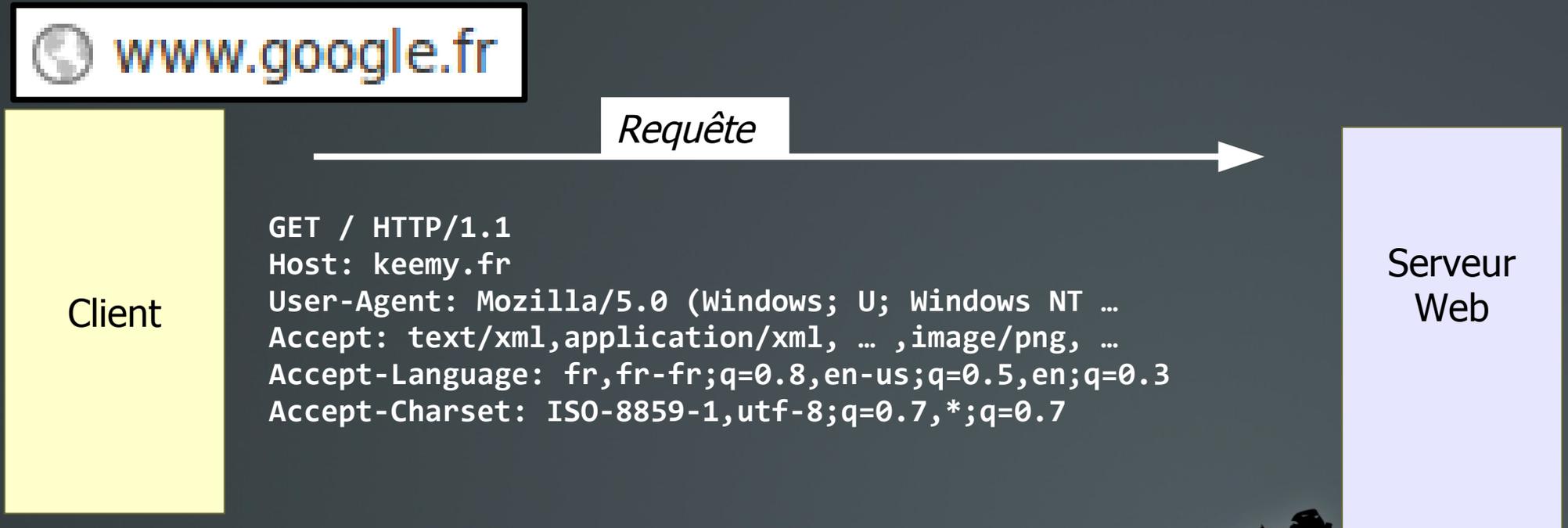


3. Fondamentaux - Protocole

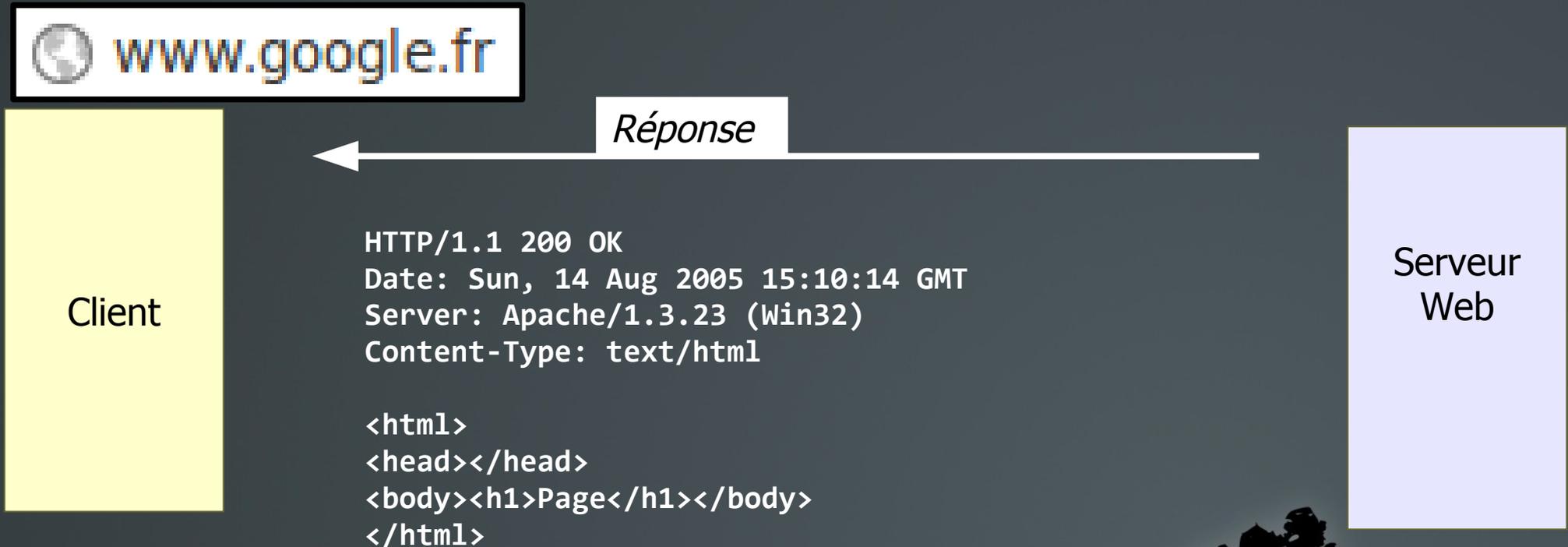
- HTTP: HyperText Transfer Protocol
- HTTP: les principales méthodes
 - GET URL : demander le contenu de la ressource
 - POST URL : envoi de données vers une application
- HTTP: le transport
 - Architecture Client-Serveur, mode « Pull »
 - Connections courtes, « Sans état » (stateless)



3. Fondamentaux – Client Serveur

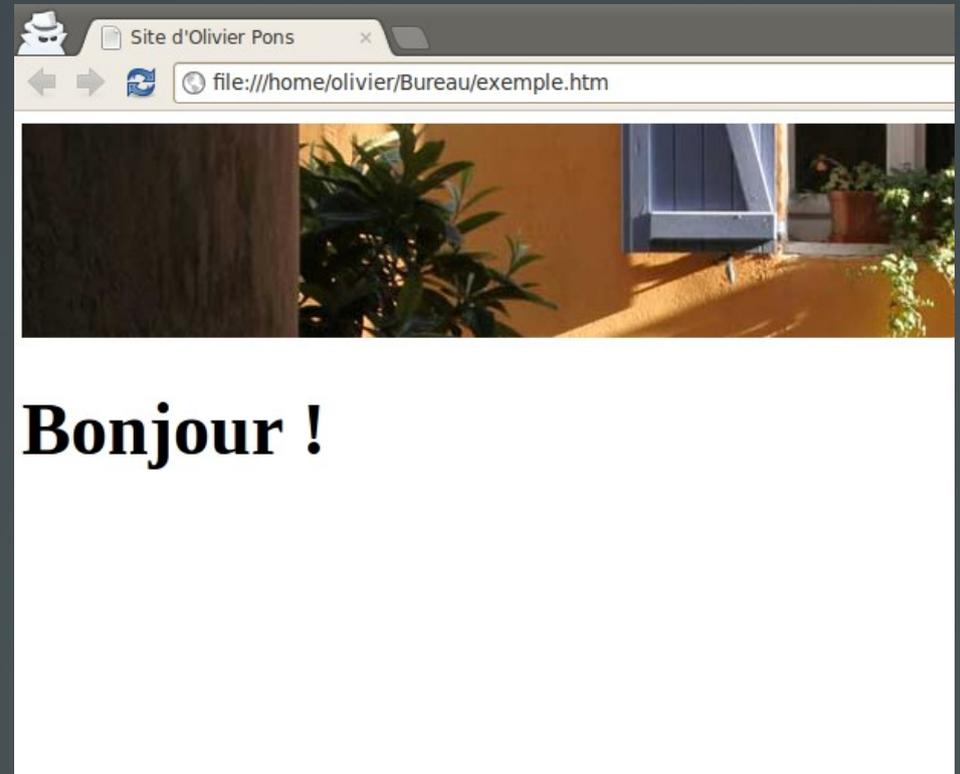


3. Fondamentaux – Client Serveur



3. Fondamentaux – HTML

```
<html>
  <head>
    ...
    <title>Site d'Olivier Pons</title>
    ...
  </head>
  <body>
    <div>
      
    </div>
    <h1>Bonjour !</h1>
  </div>
</body>
</html>
```



3. Fondamentaux – Echanges

- (1) Client demande une page**
- (2) Serveur renvoie la page**

(Boucle)

**Client demande ressource
nécessaire à la page
Serveur renvoie la ressource**

(Fin boucle)



4. VirtualHosts

```
>ping olivierpons.fr
```

```
PING olivierpons.fr (88.191.136.228) 56(84) bytes of data.
```

```
>ping keemy.com
```

```
PING keemy.com (88.191.136.228) 56(84) bytes of data.
```



4. VirtualHosts

Le premier virtualhost est le virtualhost par défaut.

```
<VirtualHost *:80>  
    ServerName keemy.fr  
    ServerAlias www.keemy.fr  
    DocumentRoot /var/www/keemy/  
</VirtualHost>
```



5. e-Commerce

Étape 1/4

Le visiteur remplit son "panier"

Le site propose un moyen de paiement



5. e-Commerce

Étape 2/4

Le visiteur choisit une "carte"
parmi les cartes bancaires
acceptées

Il est amené sur le site de la
banque où il saisit son numéro de
carte bancaire



5. e-Commerce

Étape 3/4

Le serveur de la banque :

- renvoie le résultat de la transaction
- appelle en même temps `autoresponse.cgi`.



5. e-Commerce

Étape 4/4

"autoresponse.cgi" :

- envoie un mail (configuration)
- appelle éventuellement un CGI avec les paramètres de la transaction : c'est là qu'on écrit en bd



e-Commerce

5. e-Commerce

Par coeur

response.cgi
est différent de
autoresponse.cgi

"autoresponse.cgi" : toujours appelé

"response.cgi" : pas forcément appelé



5. e-Commerce

HiPAY – 1/4

HiPay attribue au commerçant une clé qui sera encryptée avec les informations sur la commande.

Le système d'e-commerce crée un document XML contenant les données sur la commande passée par le client.



5. e-Commerce

HiPAY – 2/4

Ensuite, ces informations sont encryptées avec la clé secrète attachée au compte de client

HiPAY valide le document XML envoyé.
Si la vérification se déroule correctement, il renvoie une adresse URL de paiement.
Dans le cas contraire, la réponse contient le message d'erreur.



5. e-Commerce

HiPAY – 3/4

Écran de paiement HiPAY.

- Informations sur sa carte
- Valide son paiement
- 2 opérations chez HiPAY.
 - 1 – Redirection page message de
 - confirmation de paiement ou
 - d'annulation de paiement
 - 2 – Notification : POST des informations paiement

5. e-Commerce

HiPAY – 4/4

La boutique affiche la page de confirmation ou d'annulation de paiement.

En même temps, elle traite d'une manière transparente, le document XML reçu en POST de la part de HiPAY.

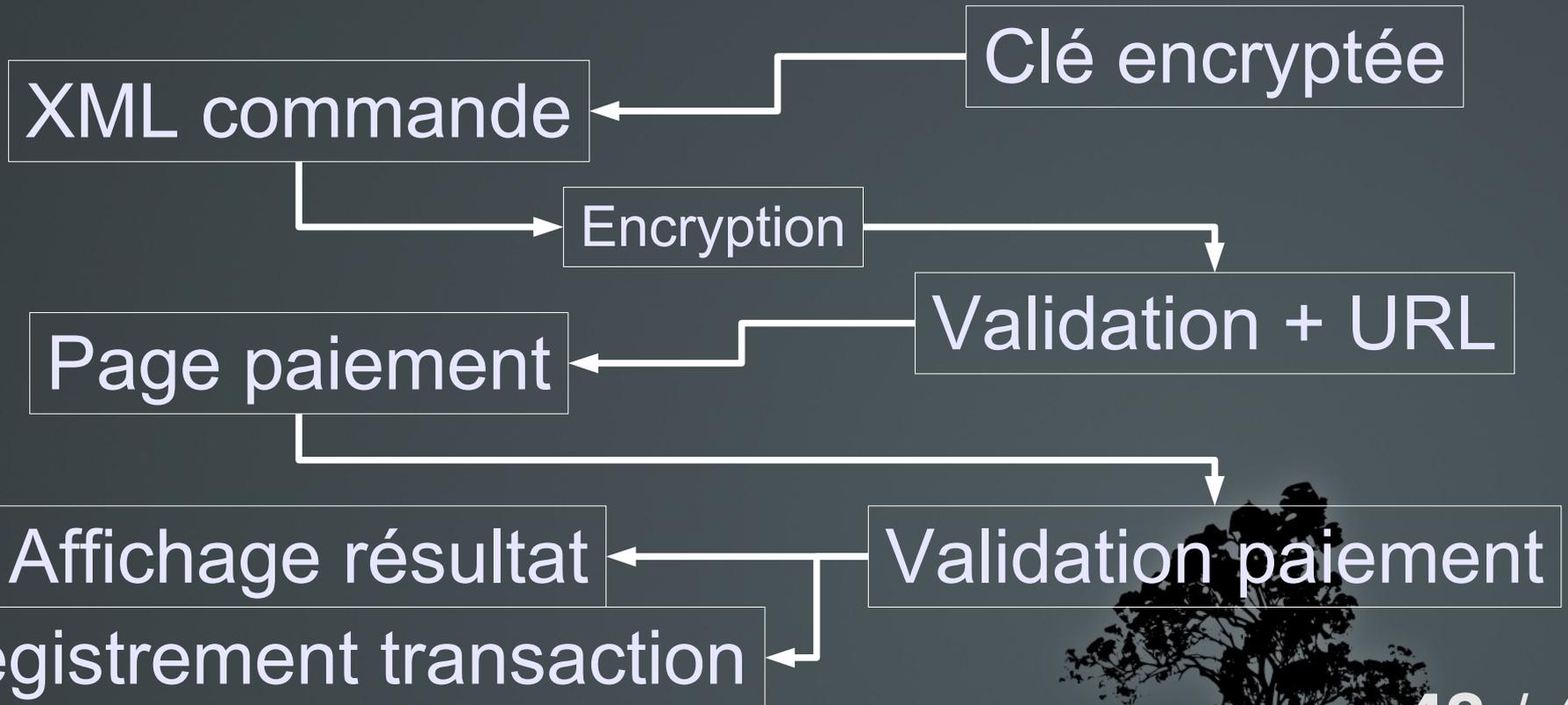


5. e-Commerce

HiPAY – Résumé

La boutique

HiPay



e-Commerce

6. Outils

Php : outils et plugins

Magento

OsCommerce

Joomla

Wordpress

Drupal

Prestashop



e-Commerce

5. Outils

Outils majeurs

Impossible de tester avec un vrai système bancaire

Paypal

HIPAY

