RAPPORT DE PROJET E-COMMERCE

OPTILEARNING

2022

Yeric Gollut & Johnathan Claude - M-49-1

HEIG VD

OPTI**LEARNING**

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

ORGANISATION

STRATÉGIE

CONCURRENCE

ASSORTIMENT PRODUITS

DESIGN ET IDENTITÉ VISUELLE

SITE WEB

EXTENSIONS WORDPRESS

ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ COMMERCIALE

NEWSLETTER

MESURE DE PERFORMANCE

SEO

PAGE SITE WEB

QUESTIONS

CONCLUSION

OPTILEARNING

CHARGE DE PROJET

Yeric Gollut & Jonathan Claude

SUJET

Ce dossier a été rédigé dans le cadre du cours d'e-commerce à la HEIG-VD en Ingénierie des médias. Notre projet vise à aider une partie de la population souffrant de divers troubles d'apprentissage. Le but étant de regrouper et de vendre des outils et jouets afin d'aider les personnes avec ces troubles.

Ces troubles peuvent être d'origine psychologique, cognitive ainsi que psychomoteur. Ces différents troubles peuvent être classés sous ces noms: TDAH, dyslexie, dysorthographie, dyscalculie, dysphasie, dyspraxie.

Ces différents troubles touchent un grand nombre d'enfants, ils peuvent même persister à l'âge adulte pour deux tiers d'entre eux. Ces troubles se caractérisent par des difficultés diverses, qui les handicapent d'une part pour travailler et d'une autre dans leur intégration sociale.

L'utilisation de petit objet ou vêtement conçu à cet effet peut aider ces gens. Ces différents outils peuvent être utiles pour les aider à travailler et vivre avec leurs troubles. Il existe aussi d'autres objets qui vont permettre aux clients de mieux se tenir lorsqu'ils travaillent.

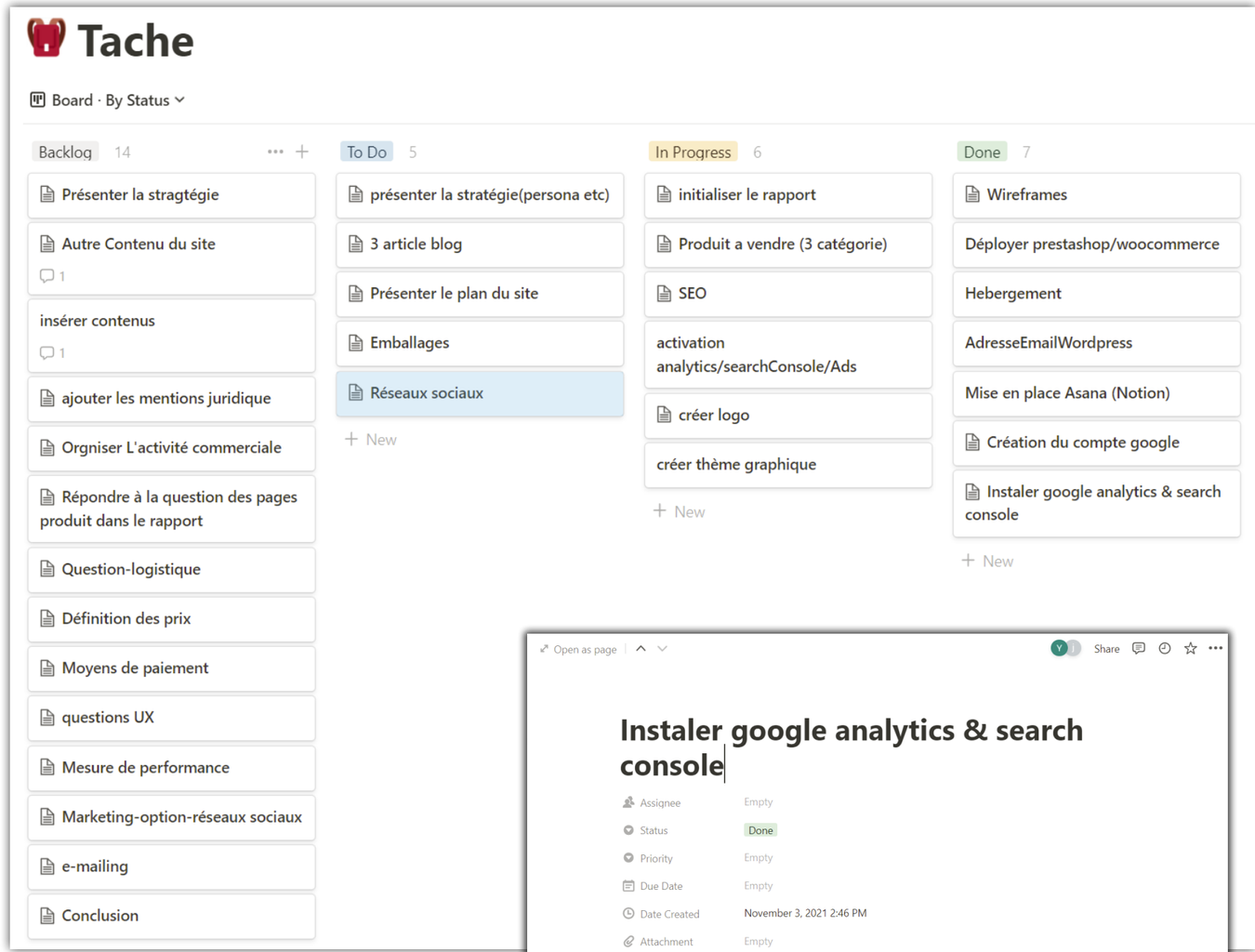
LANGUE

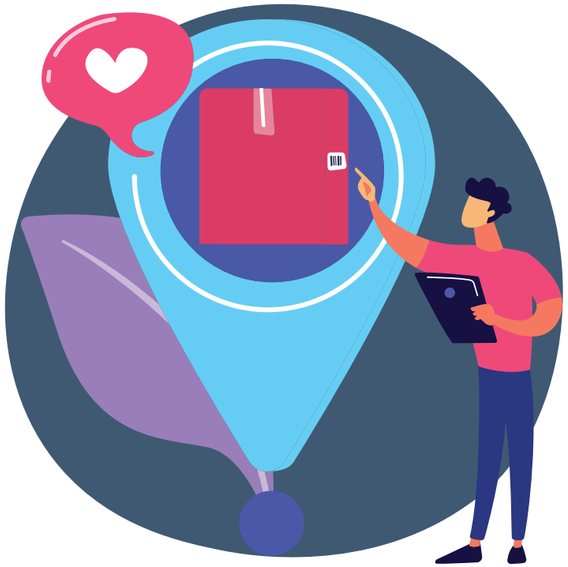
Ce site web a été en partie réalisée afin qu'une professionnel du domaine de la psychologie puisse l'utiliser personnellement. La mojirité de sa clientèle étant anglophone nous avons décidé de créer tous nos contenus en anglais. Dans une perspective d'avenir, il serait évidemment intéressant de décliner le site dans d'autre langues.

Notion

PLANIFICATION **DES TACHES**

Pour suivre le projet, nous avons décidé d'utiliser l'outil Notion. Les différentes tâches ont été créées en amont de la réalisation du projet. Cet outil nous a permis de répartir toutes les tâches dans un tableau de bord avec leur état d'avancement.





POSITIONEMENT

Optilearning vise à être un site de e-commerce ayant pour objectif d'offrir au personne souffrant de troubles de concentration et de l'apprentissage, des solutions pour permettre de vivre avec ces troubles au quotidien. Le but étant de se démarquer des sites de drop shopping en proposant des produits à des prix abordables tout en maintenant un bon niveau de qualité au niveau des produits et du service client.

PERSONA

"Avec du travail et de la patience tout est possible"

Bio

Nicolas est père d'une famille de 3 enfants dont le George, 13 ans atteint d'autisme. Nicolas cherche à facilité la vie de son enfant au quotidien. Dans l'informatique, il aime l'innovation et lis beaucoup.

Nicolas Stutz

40 • Ingénieur en informatique • Père de famille

Intérêt

Informatique, jeu vidéo, lecture

Goals

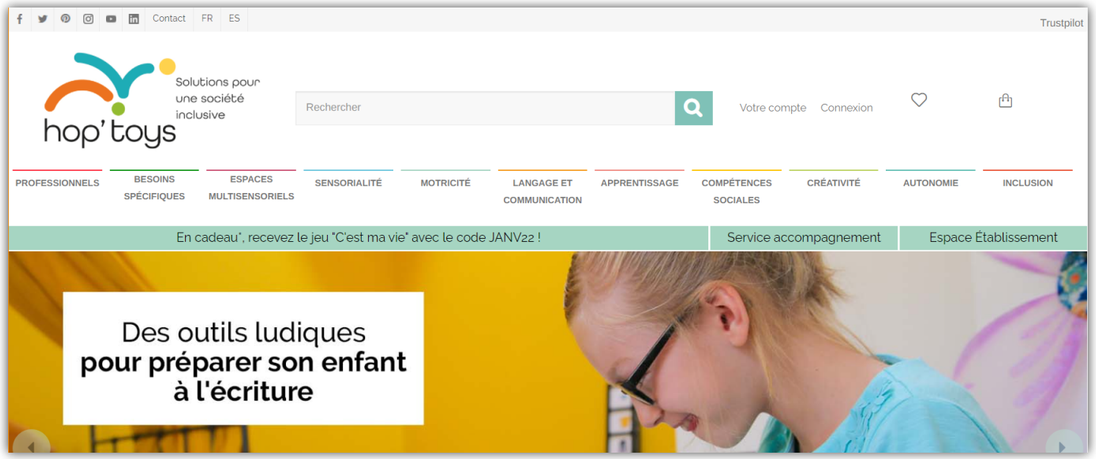
- Permettre à son enfant de vivre normalement
- Subvenir au besoins de sa famille

Risque

- Il n'aime pas la désinformation
- N'aime pas payer plus chère que la valeurs d'un produit

CONCURRENCE ET **HOMOLOGUES PRINCIPAUX**

Nous avons analysé les différents concurrents et site, nous n'avons pas trouvé de site suisse proposant spécifiquement des produits de ce type avec l'aspect psychologique, cependant un gros concurrent français existe : Hoptoys.fr



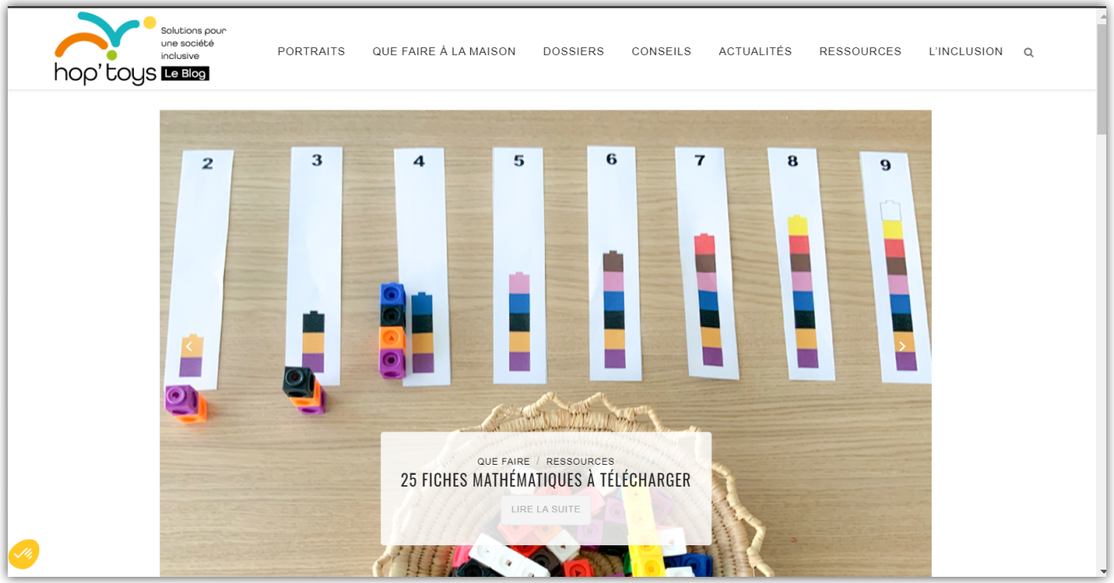
Hop toys se présente comme spécialiste des solutions ludiques et pratiques répondant aux besoins des enfants handicapés.

Hop toys est en place depuis une dizaine d'années, il sont spécialisés vers l'enfance et propose un nombre très varié de produits prenant en compte tout type de trouble.

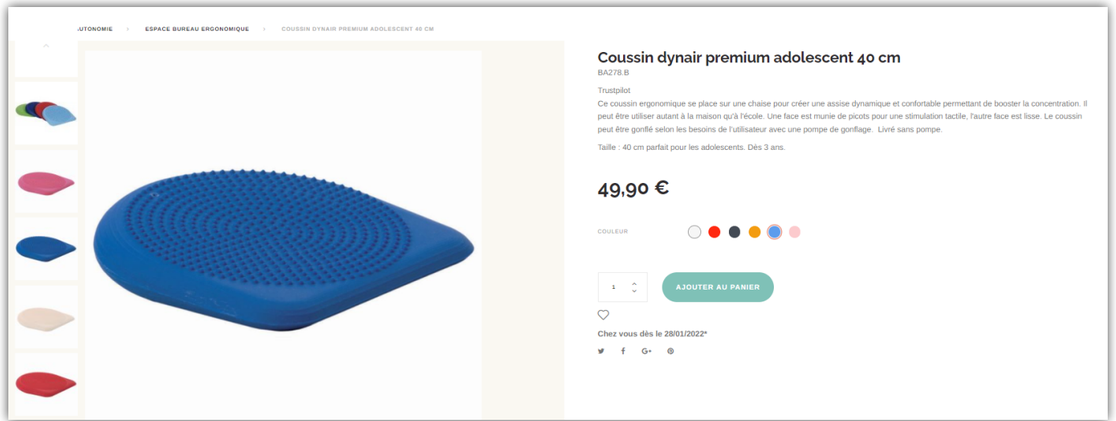
C'est pour ça qu'il possède un blog très fourni.

Il se positionne comme un entité social avec un grand nombre de post et d'interview pour démocratisé et informé au sujet de tous types de troubles.

On peut simplement identifier leur cible principale par les parents, cela se confirme par leurs produits qui sont très bien documentés, avec un grand nombre de couleurs, ils proposent aux parents un maximum de propositions pour que le parent puissent trouver ce qui correspond le mieux à leurs enfants.



Le site propose également des accessoires allant avec le produit en question. Leur objectif étant de faire gonfler le panier d'achat.



Assortiment produits

Afin de définir les produits que nous allions mettre en ventre, (johnathan) j'ai effectué un audit auprès de ma tente qui a un enfant atteint de trouble psychologique sévère, et je lui ai demandé quels produits était utile pour son fils et quels produits elle avait de la peine à trouver. Cela nous a donné une base produite et que nous avons ensuite élargi via des recherches pour les autres types de troubles.
Ce qui nous a donné les catégories de ventre suivantes :

- Les habits compressifs pour les troubles du spectre de l'autisme
- d'autre objets compressifs
- des fidgets toys pour les troubles de l'attention
- des fidgets toys pour l'anxiété

Après avoir travaillé sur le catalogue, nous avons mis à jour nos catégories pour qu'elles permettent une expérience utilisateur agréable.

Vente direct

L'objectif de notre site est de proposer de multiples types d'objets adaptés aux différents types de troubles.
Dans le cadre de ce projet, nous avons sélectionné les objets que nous vendons sur notre site. Nous avons sélectionné les produits sur des sites de fournisseurs spécialisés et sur aliexpress pour les fidget toys. À terme, nous aimerions trouver des produits venant d'Europe avec des compositions très contrôler pour ne pas mettre en danger les enfants.

Amazon "Club Partenaire"

Lors de nos recherches de produits pour la vente directe, nous avons trouvé des produits commercialisés sur Amazon, nous les avons donc gardés pour les produits affiliés. Dans les produits sélectionnés, nous avons également sélectionné des objets qui sont intéressants pour le consommateur, mais logistiquement compliqué pour nous.

Produit PrintFul

Le choix des différents produits s'est fait de manière à proposer des produits qui pourraient intéresser au maximum nos clients cibles, nous avons essayé de proposer des objets utiles pour nos clients tels qu'une gourde, un cache cou et une housse pour pouf, des produits de merchandising qui change un peu et qui rentre totalement dans l'univers Optilearning.

CATALOGUE

Vente direct

Sloth stress ball

Anxiety ring

Flipo ADHD fidget toy

Compressive t-shirt

Compresive canoe pillow

Sensory Compression Bed Sheet

Amazon "Club Partenaire"

Analogue timer

Sensorial tent

Noise-cancelling headphones

Office Chair Balloon

Compressive body socket

Produit PrintFul

Compressive long sleeves T-shirt

Optilearning Neck Gaiter

Optilearning Hoodie

Stainless Steel Water Bottle

Compressions bean bag sleeves

Stainless Steel Water Bottle

CHF 25.00

This 17-ounce, double-walled stainless steel water bottle is perfect for your daily outings. It will keep your drink of choice hot or cold for hours. It also features an odor- and leak-proof cap. Throw it in your car's cup holder on your way to work, take it with you on hikes, or toss it in your bag for any time you get thirsty.

1 Add to cart

SKU: 61EECAD440094
Category: **Optilearning Stuff**

1 Add to cart

Description

This 17-ounce, double-walled stainless steel water bottle is perfect for your daily outings. It will keep your drink of choice hot or cold for hours. It also features an odor- and leak-proof cap. Throw it in your car's cup holder on your way to work, take it with you on hikes, or toss it in your bag for any time you get thirsty.

- High-grade stainless steel water bottle
- 17 oz (500 ml)
- Dimensions: 10.5″ × 2.85″ (27 × 7 cm)
- Vacuum flask
- Double-wall construction
- Bowling pin shape
- Odorless and leak-proof cap
- Insulated for hot and cold liquids (keeps the liquid hot or cold for 6 h)
- Patented ORCA coating for vibrant colors
- Hand-wash only (dishwasher not recommended due to vacuum seal)
- Blank product sourced from China

Disclaimer: Keeping water in the bottle for over 24 hours is unhygienic and can result in an unpleasant smell.

Page produit et produit relatif

Pour les pages produits, au niveau du design, celui par défaut de woocommerce qui simple et efficace a été conservé.

Il est important qu'une page produite mette bien en avant le bouton de call to action afin que le client effectue son achat. Cela se fait comme par exemple ici à gauche en mettant en avant le bouton avec une couleur différente.

Ci-dessous une copie d'écran du tuto de WooCommerce pour améliorer la visibilité de ses boutons. On a également ajouté une animation hover visible à gauche sur la copie d'écran.

Use this code to change the background color of your Buy Now button. Again, use the **HTML color picker** to get the hex code for the color you'd like to use.

```
.woocommerce div.product .button {
   background: #000000;
}
```

Un travail a été fait sur le Seo des produits , ceci est primordial, nous avons aussi travaillé sur les related product que nous avons configuré par catégorie grâce à un plugin.

Il est également possible de mettre des produits spécifiques en avant par rapport à un autre produit, par exemple pour inciter l'achat de "lot" de produits qui se complètent.

Related Products

Compressions bean bag sleeves
CHF 75.00
Add to cart

Compressive long sleeves T-shirt
CHF 30.00
Select options

Optilearning Hoodie
CHF 49.00
Select options

Logo version sombre

Palette de couleur

Logo version clair

Source Sans Pro

Aa Ee Rr

Aa Ee Rr

Archetypical

DESIGN

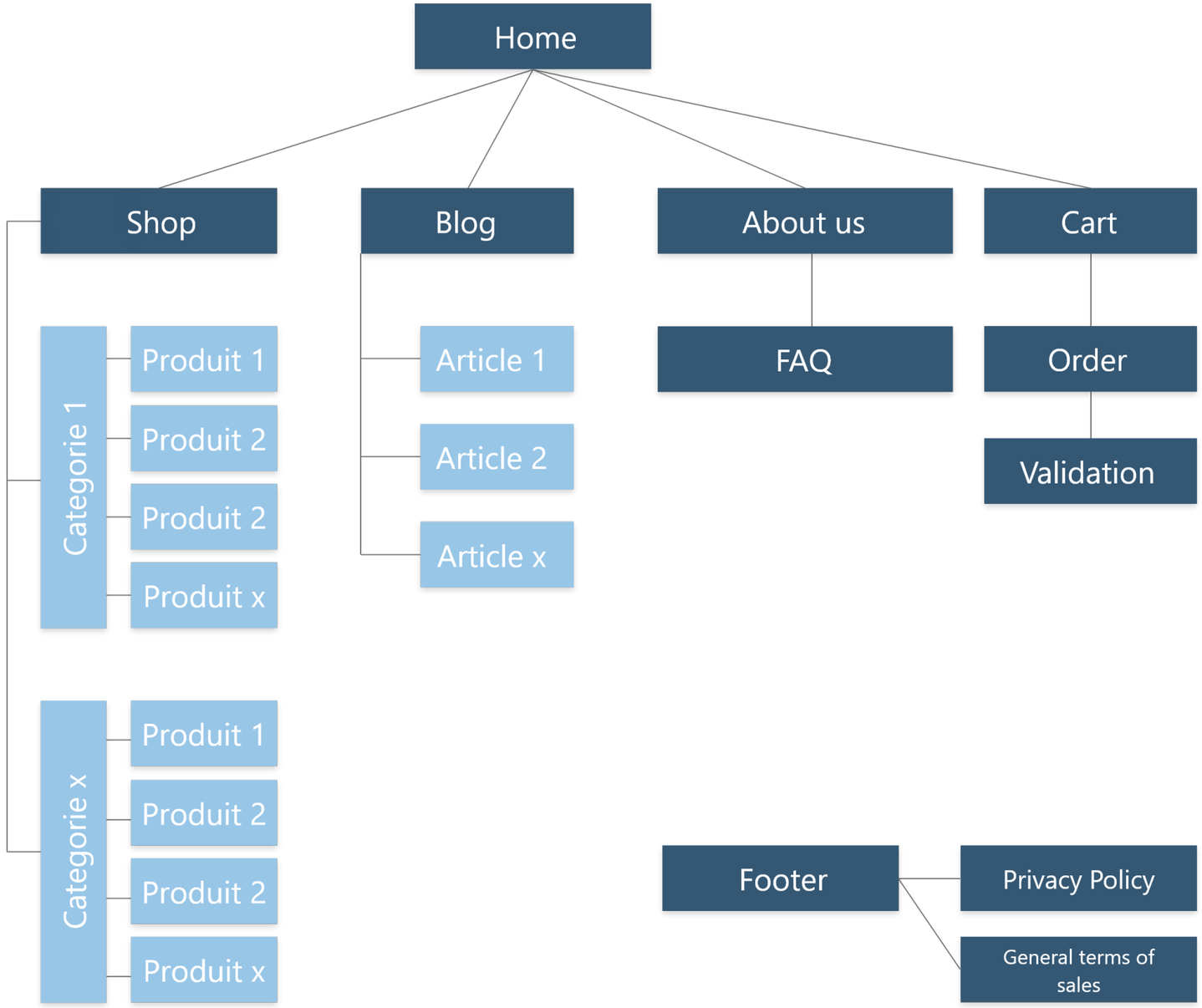
L'identité visuelle de Optilearning se veut simple et minimaliste. Ceci afin de simplifier la compréhension du site auprès du plus grand nombre.

Pour la typographie il a fallu privilégier une police sans empattement, plus facile à lire pour quelqu'un souffrant de problème de lecture. C'est pourquoi nous avons choisi la police Source sans pro.

Au niveau du logo, nous avons fait quelque chose de simple reprenant le nom complet ainsi qu'un cerveau pour représenter le côté mental.

La palette de couleur a été choisie afin d'avoir un large eventaille de choix avec un bon contraste entre couleur sobre pour le fond et couleur impactante pour le texte

Tout a été réalisé a l'aide de la suite adobe.



PLAN DU SITE

Dans le but d'avoir une vision claire des pages à réaliser et du contenu à produire, un plan du site a été créé avec Adobe XD.

PAGE

- La page d'accueil où les utilisateurs ont un aperçu rapide des différentes possibilités qui leur sont offertes sur le site d'optilearning.

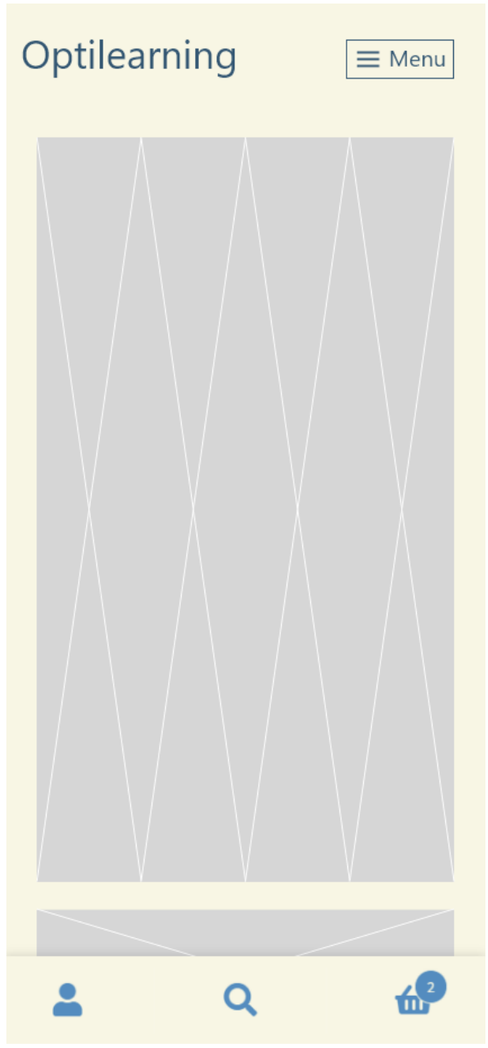
- La page du blog où sont visibles les différents articles.

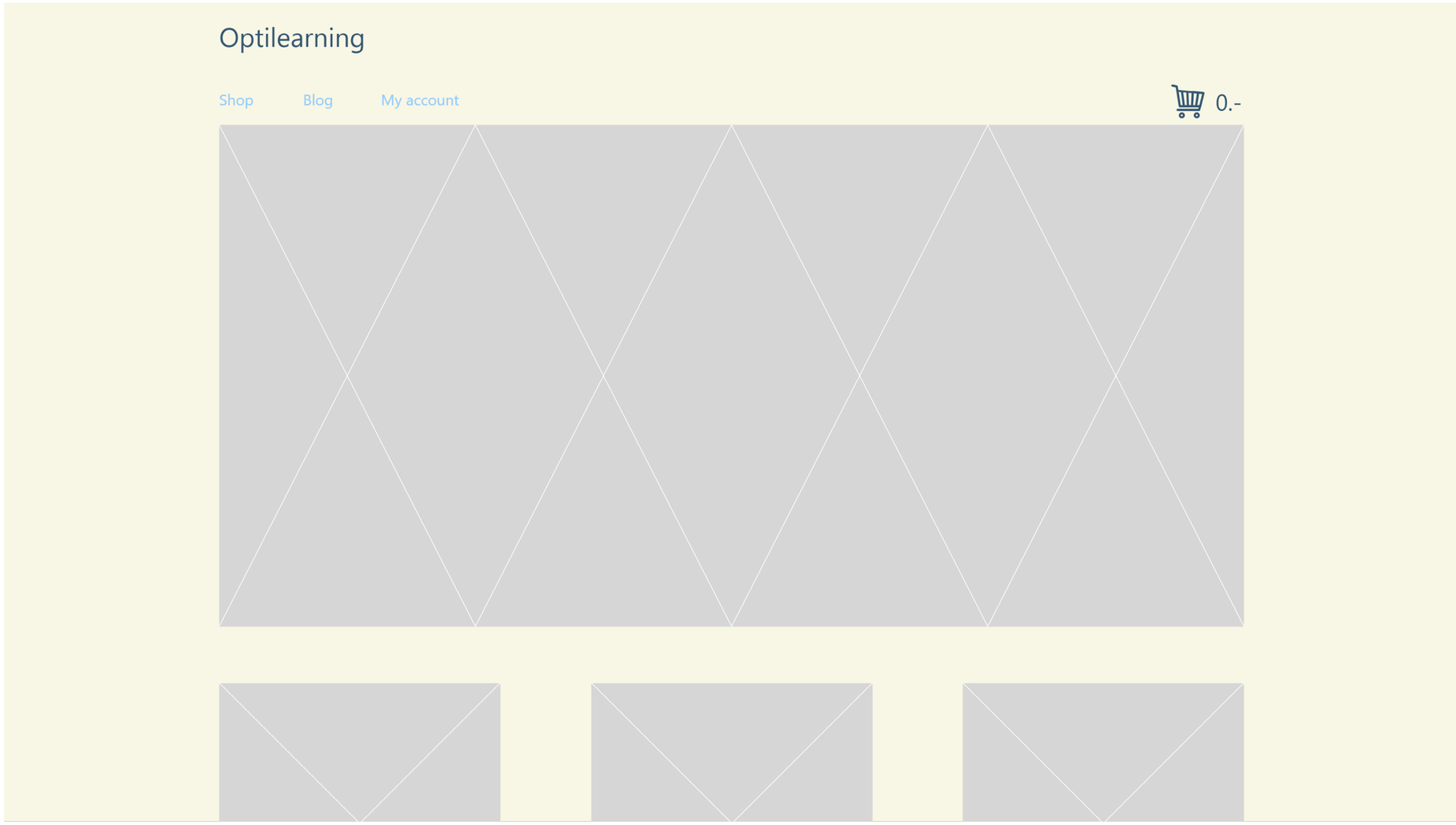
- La page du panier où l'on trouve les articles qu'on y a ajouté ainsi qu'un bouton pour valider la commande.

- La page de la boutique où sont listés les différentes catégories ainsi que les derniers produits publiés dans chacune d'entre elles.
  Depuis la page de la boutique, on peut trouver des liens vers chacune des pages de catégorie de produit où sur chacune d'entre elles sont listés les différents produits correspondants. Depuis la page du panier, lorsque la commande est validée, l'utilisateur est redirigé vers le récapitulatif de sa commande où il peut renseigner ses informations de livraison et choisir son moyen de paiement. Une fois la commande validée, il est redirigé vers la page de validation qui l'informe du succès de sa commande.

WIREFRAMES
HOMEPAGE

Nous avons réalisé des wireframes des pages principales dans le but de maximiser le potentiel UX d'un site avant même qu'il ne soit disponible pour les visiteurs. Créer des wireframes de l'interface utilisateur du site sur adobe XD nous a permis de résoudre les problèmes avant qu'ils ne deviennent problématiques pour nos utilisateurs.





WIREFRAMES
SHOP

Optilearning

Menu

Shop

Description
Prix

Optilearning

Shop Blog My account

0.-

Shop

Category

Category

Category

Category

Category

Category

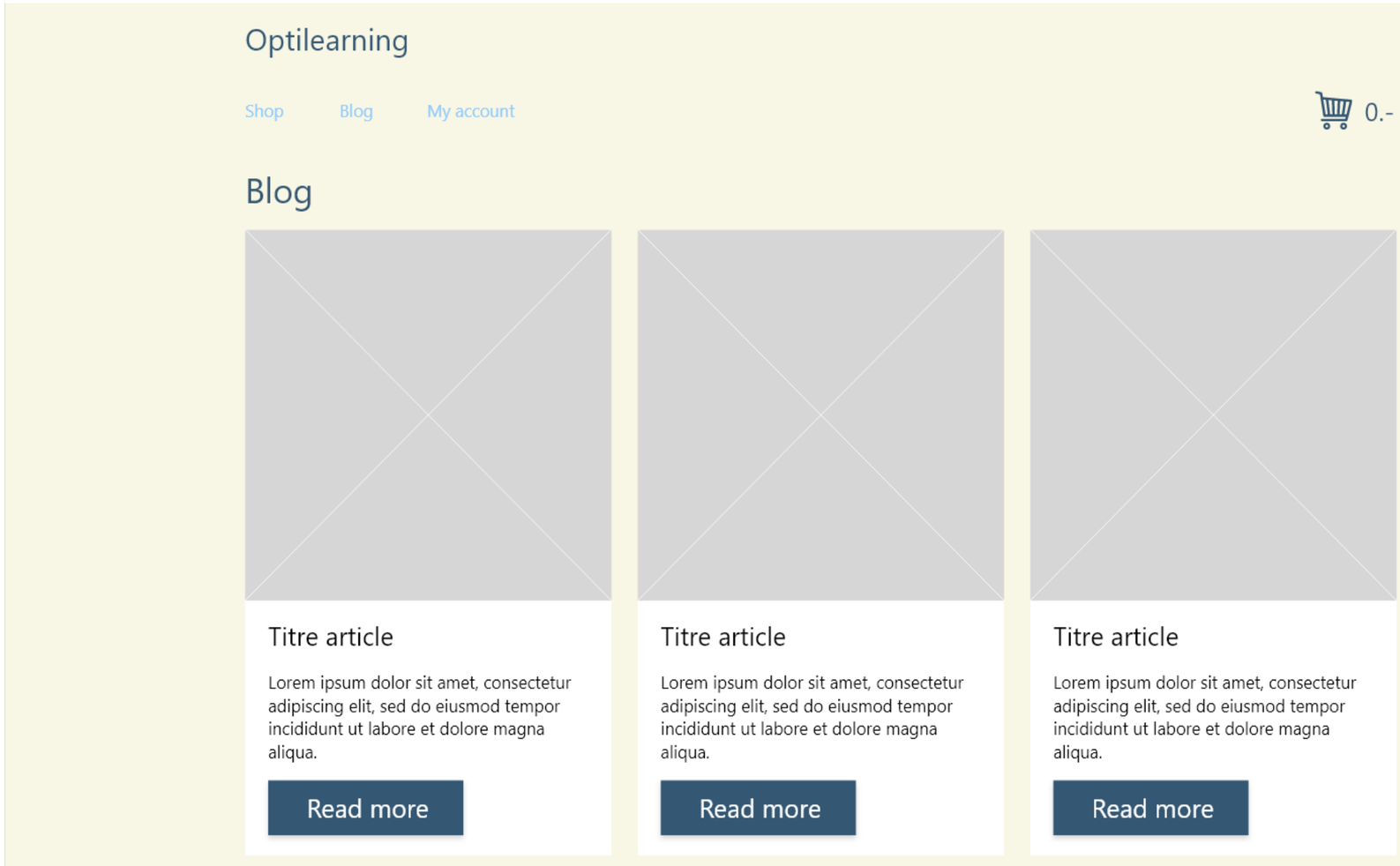
Description
Prix

Description
Prix

WIREFRAMES
BLOG

CONTENU
EDITORIAL

Pour la partie éditoriale, nous avons rédigé 3 articles pour alimenter le blog. Notre objectif est de pouvoir mettre en avant nos produits avec nos articles C'est un bon moyen de promouvoir les produits directement à l'intérieur du site, les articles expliquent en quoi ces produits sont utiles et comment on peut s'en servir.



EXTENSIONS **WORDPRESS**

Child Theme configurator

Nous avons utilisé ce plugin afin de créer un thème enfant de notre thème store front.
Créer un thème enfant permet d'être moins bridé par le thème et nous a permis d'ajouter du CSS de manière plus libre. Nous avons suivi un tutoriel qui conseillait de faire cela pour storefront.

Child Theme configurator

Nous avons utilisé ce plugin afin de créer un thème enfant de notre thème store front.
Créer un thème enfant permet d'être moins bridé par le thème et nous a permis d'ajouter du CSS de manière plus libre. Nous avons suivi un tutoriel qui conseillait de faire cela pour storefront.

PrintFul integration for WooCommerce

L'extension Printful for WooCommerce permet connecter votre boutique WooCommerce avec Printful. Vous pouvez vendre des produits personnalisés.

Rank math SEO

Rank Math est un plugin pour le référencement qui aide un site Web à atteindre un bon classement et un bon niveau de référencement.
Il aide à comprendre ce qui ne va pas avec un mot-clé particulier pour lequel vous essayez de vous classer dans le contenu de votre page Web. Rank Math se concentre principalement sur le référencement sur la page. Il prend en charge la plupart des techniques de référencement de base et avancées sur la page.

Site kit by google

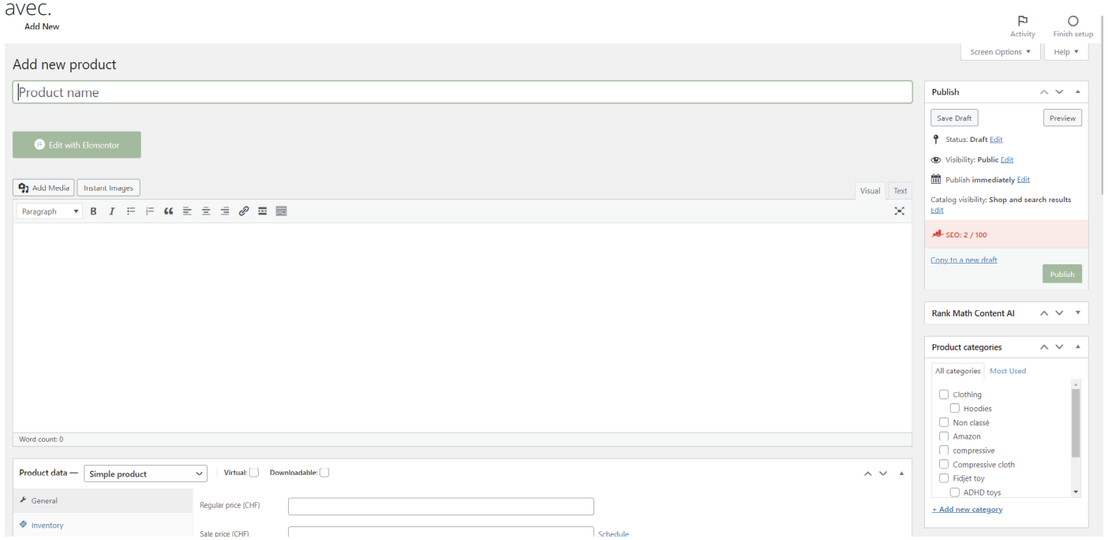
Site Kit est l'extension officielle de Google. Celle-ci permet d'avoir accès à Google Analytics directement depuis le tableau de bords de WordPress afin de voir les statistiques de notre site web.

WooCommerce

WooCommerce est la solution de e-commerce open-source la plus populaire dans le monde entier. Cette plateforme centrale est gratuite et flexible. Cette extension permet de mettre en vente des produits avec de nombreuses options.

Vente direct

Pour la vente directe, nous avons utilisé woocommerce et l'ajout avec le prix, le stock, la description et tout ce qui va avec.

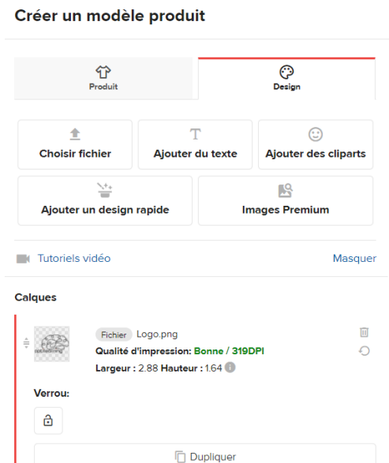


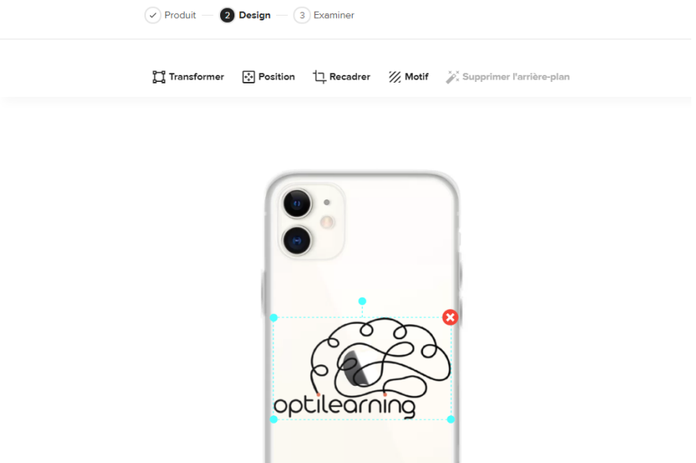
Amazon "Club Partenaire"

Pour mettre en place la vente, on a d'abord créé un compte Amazon Club Partenaire. Amazon partenaire fournit ensuite un id partenaire.
Après avoir trouvé les produits qu'on désirait vendre via amazon, il faut aller dans l'onglet liens de produits pour y chercher les produits avec le nom exact. On a copié le lien dans "produit externe/affiliation" dans la création d'un nouveau produit. Ensuite, on a rempli les champs comme pour la vente directe. Pour la description, il a suffi de prendre la description des produits Amazon.

Produit PrintFul

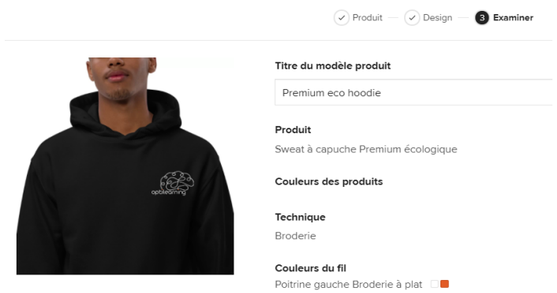
Pour printful, nous avons d'abord hésité avec zazzle, mais les prix de zazzle était plus élevé et les articles était moins facilement intégrable avec woocomerce. Printful propose une plus grande variété de produits.
Nous avons donc créer un compte et commencer le design grâce à l'éditeur intégré de printful :



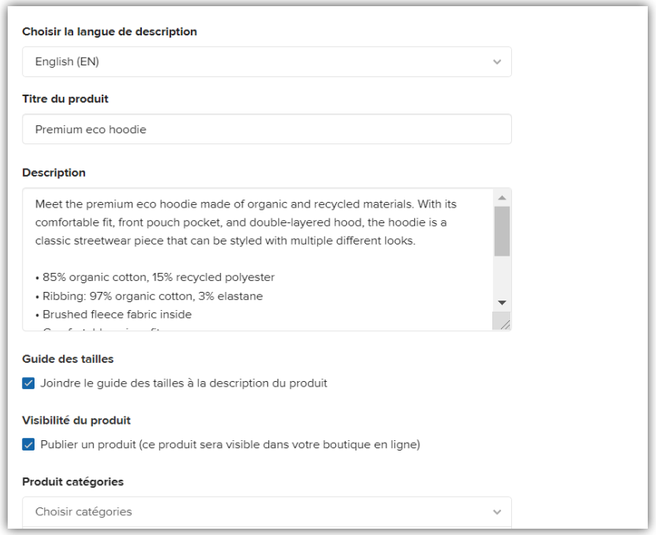


Nous avons ensuite reproduit l'étape pour les 5 produits.

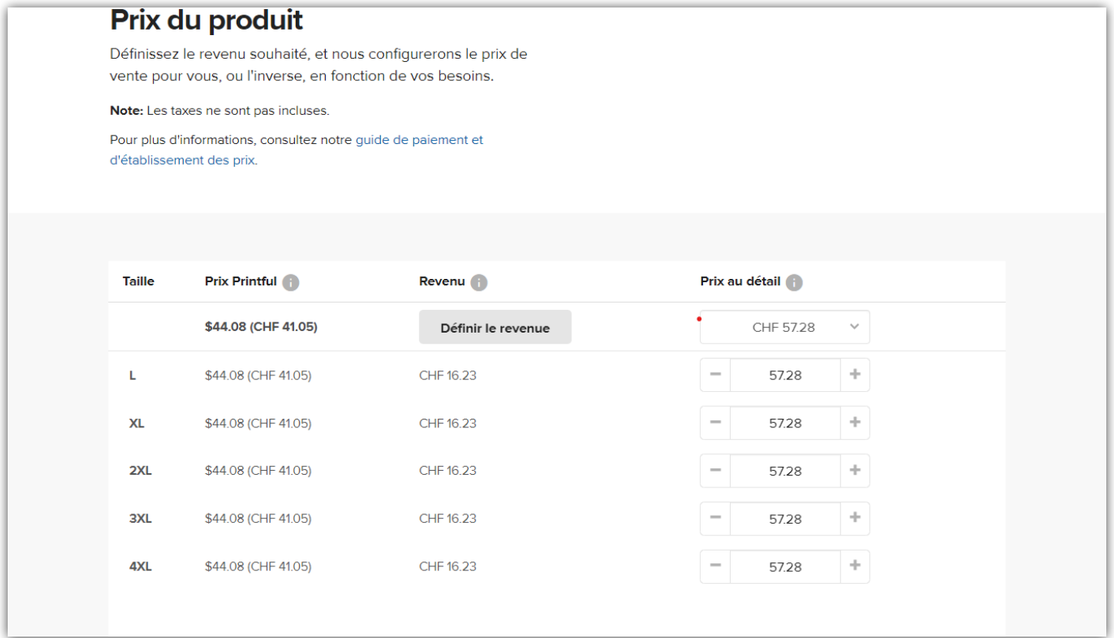
Puis une fois les designs effectués, il faut donner un nom au produit.



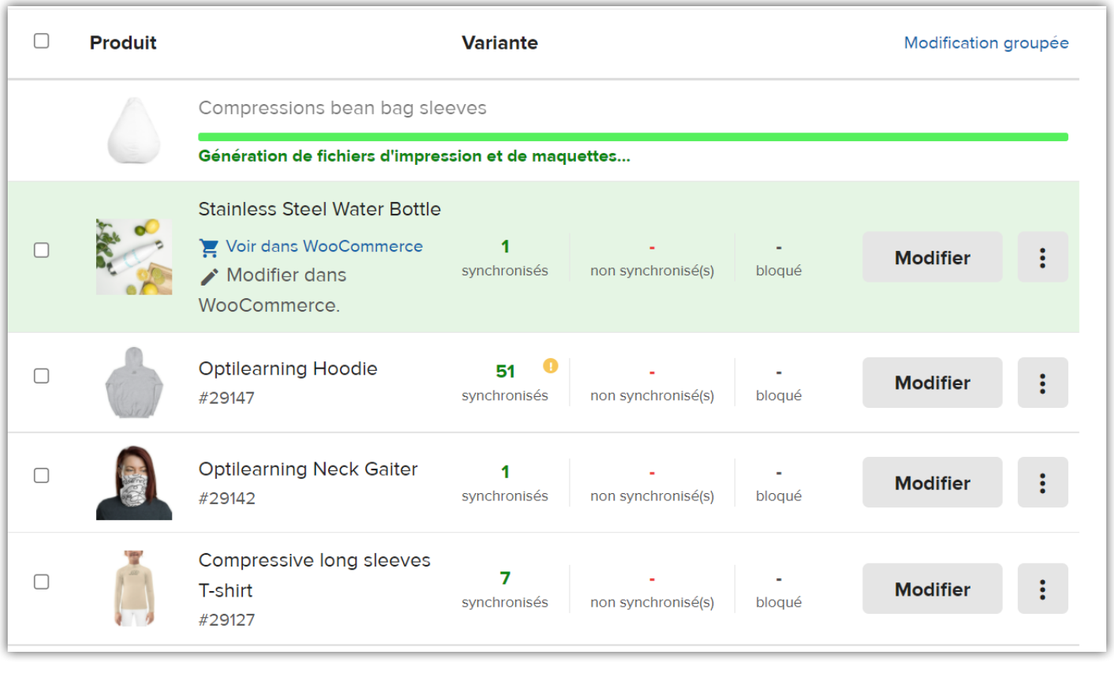
Ensuite, Sélectionné parmi les image maquette laquelle on veut sélectionné pour afficher le produit et la quelle nous voulons mettre en avant.



Ensuite, Sélectionné parmi les image maquette laquelle on veut sélectionné pour afficher le produit et la quelle nous voulons mettre en avant.



Voici après ces étapes effectuées pour les 5 produits :



Méthode de paiement

Pour les ventes directes, nous avons activé 2 modes de paiement, **paypal** et les **virements directs.**

Pour le compte paypal, nous avons créé un compte business, c'est très simple à créer et pratique à utiliser.
Pour la Suisse et le franc, PayPal prend sur chaque transaction un taux fixe de 3.40% de la transaction, plus CHF 0.55 de frais fixes.

Si notre site venait à se développer, un moyen de paiement intéressant serait **Google pay et apple pay**.
Nous avons essayé google pay et apple pay qui sont très intéressant pour les achats express, car un grand nombre de personnes sont connecté avec leurs compte google ce qui facilite la vente. D'autant plus que google pay ne facture pas de frais au marchand l'utilisant ce qui est très avantageux, comme apple pay d'ailleurs.

Une autre solution qui se démocratise de plus en plus est **klarna.** Ce moyen de paiement est intéressantd'un point de vue marketing, car il permet au client de payer par facture sur tous les sites l'acceptant. De plus, si nous sommes agréés par Klarna, ils nous versent la somme intégralement avant que le client règle la facture en entier. Cette solution est très intéressante à notre avis.

Logistique

Après nos recherches nous en sommes arrivés à la conclusion que le fournisseur le plus adapté a nos besoins est La Poste. En utilisant les emballages PostPac qui possèdent plusieurs tailles d'emballages correspondant donc à nos tailles de produits variés. En plus, ces emballages sont recyclés et donc respectueux pour l'environnement.

Frais d'expédition

Avec la taille de nos produits actuels, un colis postal prioritaire national coûterait 9 CHF à l'envoi. Cependant, la livraison prioritaire n'est pas nécessaire pour ce genre de produit. C'est pourquoi nous pensons qu'il serait plus judicieux de choisir les livraisons nationales PostPac Economy, qui coûtent 2 CHF de moins et arrivent dans les deux jours ouvrables suivants.

Définition des prix

Le prix des produits en vente directe a été défini en partant tout d'abord du prix du produit à l'unité, additionné à l'emballage nécessaire et aux frais de port. Cela a donné un premier total qui représente le prix minimum pour amortir l'achat et l'envoi du produit.

Nous avons décidé que le montant des frais de port qu'on affichait seraient toujours les plus bas. (2.50 CHF). La différence de prix pour les autres produits qui coûtent plus cher à livrer sera affichée.

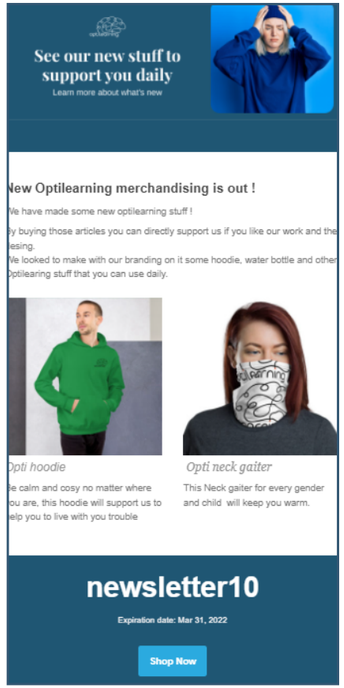
NEWSLETTER

Au sujet de la newsletter, c'est un élément quasiment indispensable pour un site Web. Car en envoyant régulièrement un e-mail à des personnes abonnées, cela va fidéliser l'audience est assuré un certain nombre de clients réguliers. Elle permet aussi tout simplement de communiquer avec sa communauté, d'envoyer des offres par exemple.

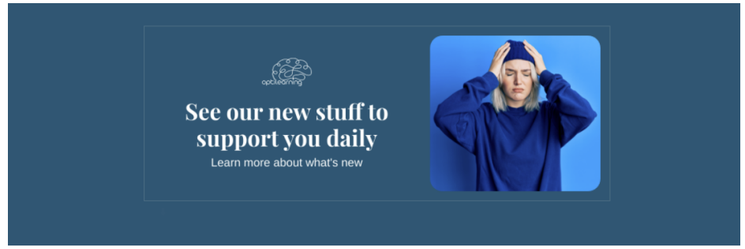
Pour la création de ma newsletter, il a fallu commencer par la création du formulaire d'inscription. Nous avons utilisé l'outil mailchimp for woocommerce pour créer ce formulaire d'inscription. Il est là aussi possible d'utiliser des templates. On peut soit créer un formulaire qui serait dans le footer de la page ou alors proposer le formulaire d'inscription en pop up, ce que nous avons décidé de faire.

Nous avons dû premièrement relier mon compte MailChimp à notre site WordPress. Ensuite, nous avons désigné le popup aux ambiances de notre charte graphique. En plus des champs de base du formulaire, nous avons souhaité ajouter des champs qui nous permettraient de récolter des données pertinentes pour notre site. On a donc rajouté un champ « numéro de téléphone » et « date d'anniversaire » pour avoir de quoi informer rapidement le lecteur en cas d'offre intéressante ainsi que de faire en sorte que le lecteur se sente unique en recevant par exemple un code de promotion le jour de son anniversaire.

NEWSLETTER



Mail de bienvenue



Mail de bienvenue

Suite à l'inscription à la newsletter, il est important que le visiteur reçoive une confirmation d'inscription. Comme pour la mise en place du popup, l'outil m'a permis facilement de créer un e-mail de bienvenue, en choisissant la mise en page du mail ainsi que les éléments qui devait y figurer.

Réduction nouvel inscrit

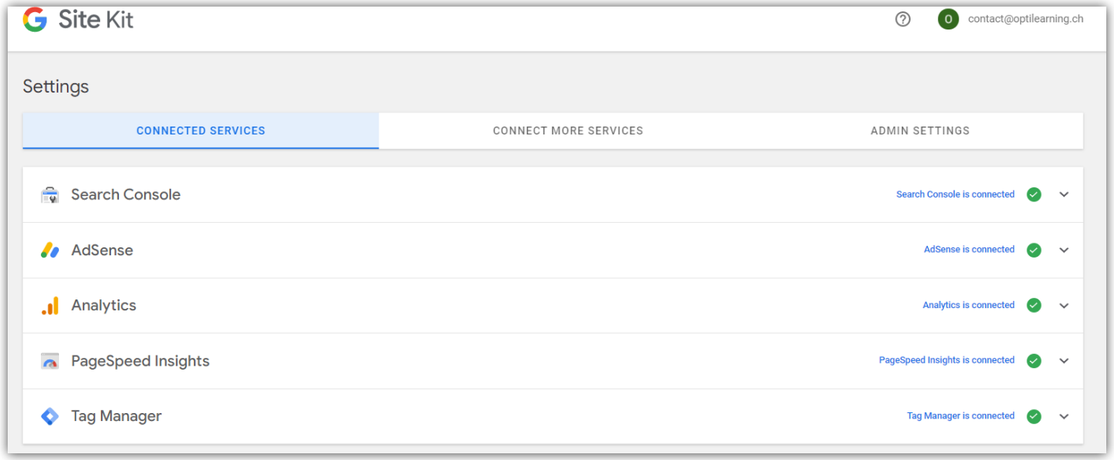
Pour les clients qui s'inscrivent à la newsletter, nous avons mis en place un bon de réduction de 10%. Nous avons configuré ce bon comme usage unique par utilisateur.

Mail panier abandonné

Afin qu'une personne n'ayant pas terminé son achat, prenne la décision finale de le finaliser, nous avons mis en place via mailchimp un mail de panier abandonné après 24 heures.
Pour convaincre l'utilisateur de faire le pas, un geste commercial lui offrant les frais de port à a été mis en place via un bon de freeshipping.

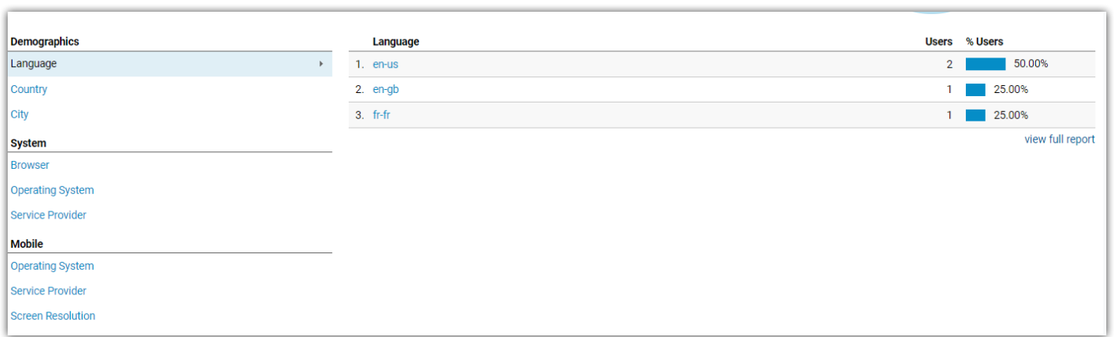
OUTILS GOOGLE

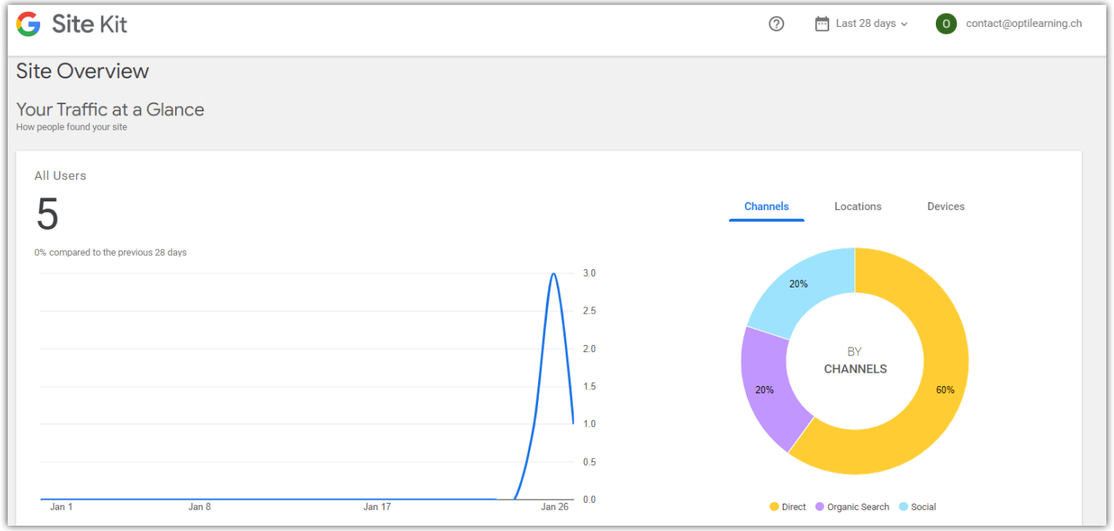
L'installation de Google Analytics a été relativement simple. Dans un premier temps, nous avons installé le plugin Google Site Kit à l'aide de l'onglet extensions dans WordPress. Une fois installé, le plug-in comporte un onglet analytics et on peut voir le bon fonctionnement de Google Analytics directement depuis cet onglet.
Nous nous sommes rendu directement sur Google Analytics en nous connectant avec le compte relié au site internet et tout était déjà prêt.

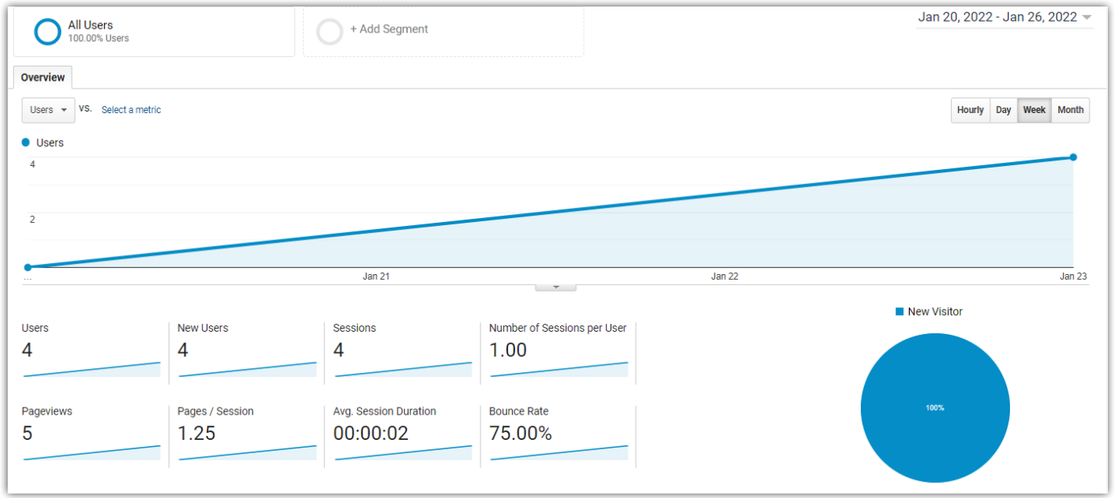


Google Analytics permet d'avoir accès aux statistiques concernant les visiteurs du site internet. Nous pouvons, par exemple, nous informer sur quelle plateforme nos visiteurs utilisent. Cette information peut nous permettre de nous concentrer sur une plateforme et de l'améliorer afin que la majorité de nos visiteurs ait une bonne expérience sur notre site web.

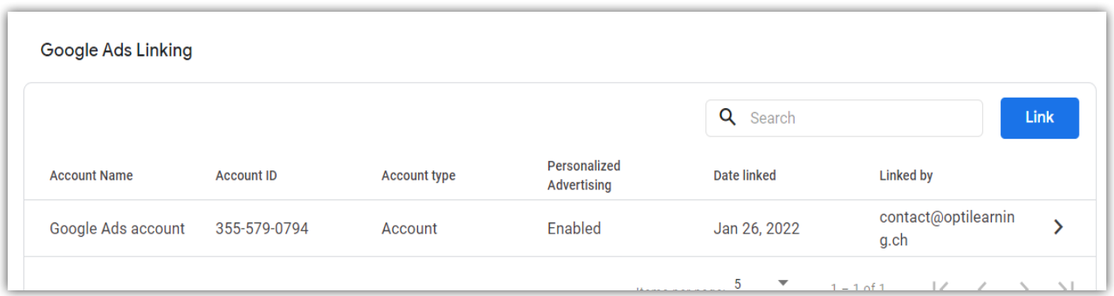
En ce qui concerne l'e-commerce, Google Analytics donne des informations primordiales sur le comportement des consommateurs et les performances. On peut par exemple connaître le panier moyen ou encore différentes informations sur les transactions.







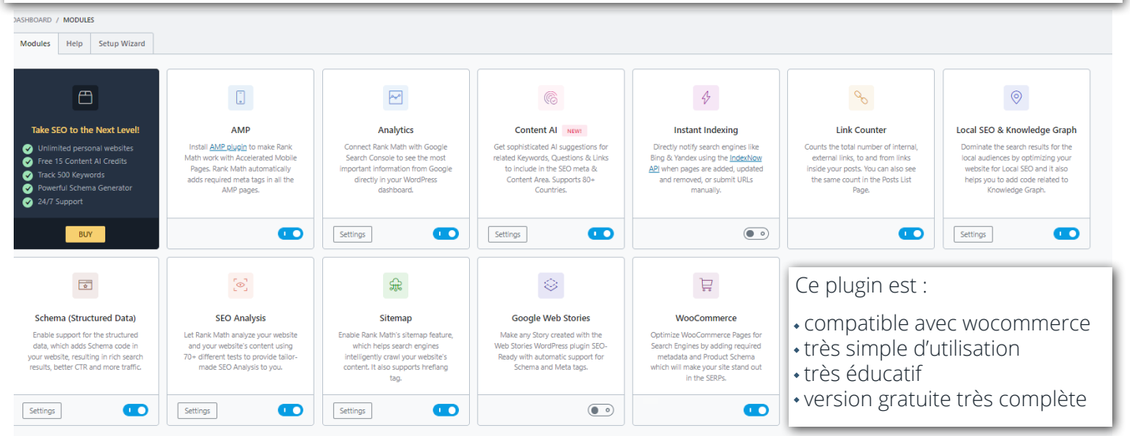
Nous avons ensuite relié analytics et google ads pour le seo comme vous rank math seo et woocomerce l'avez conseillé.



Stratégie SEO

Pour la stratégie Seo, nous avons essayé de capitaliser sur les mots-clés principaux : fidget toys et learning aids. Ensuite, utilisé des mots-clefs plus ciblés reliés au trouble tel qu'anxiety, autisme, adah. L'objectif derrière cela est d'amener sur le site des personnes souffrant de trouble ou des parents qui ne recherchent pas un site e-commerce, mais des informations sur le trouble afin de les aider et de leur proposer une solution.

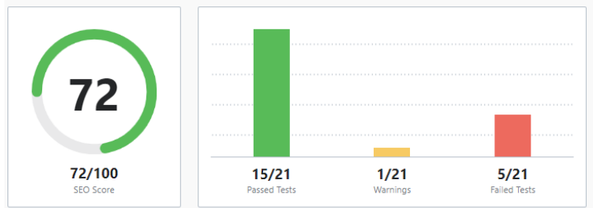
L'année dernière, j'avais (johnathan) déjà porté un grand intérêt au seo, et cet intérêt, c'est prolonger cette année, j'ai commencé par me renseigner sur les plugins Seo les plus intéressants et après mes recherches, j'ai choisi rank mat Seo aussi appelé le couteau suisse pour le seo sur wordpress pour plusieurs raisons.

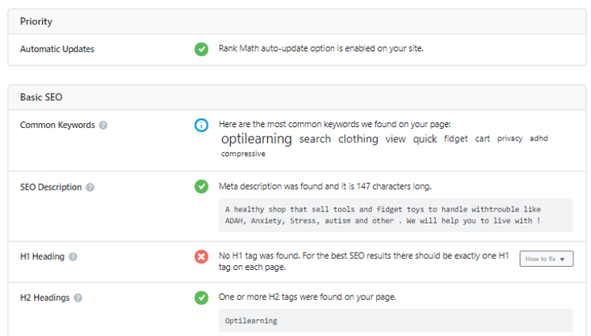


Ce plugin est :

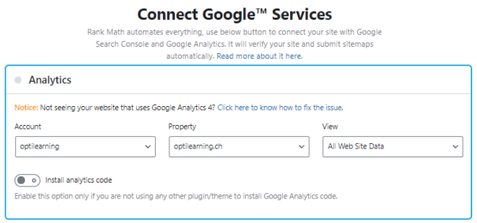
- compatible avec wocommerce
- très simple d'utilisation
- très éducatif
- version gratuite très complète

- analyse seo intégré





- Compatible google analytics



Conseils rank math seo et un avant après :

On peut constater les conseils et que c'est également compatible avec elementor, un onglet intégré afin de modifier les éléments meta :

Avant

Basic SEO × 6 Errors

- Add Focus Keyword to the SEO title.
- Add Focus Keyword to your SEO Meta Description.
- Use Focus Keyword in the URL.
- Use Focus Keyword at the beginning of your content.
- Use Focus Keyword in the content.
- Content is 141 words long. Consider using at least 600 words.

Additional × 7 Errors

- Use Focus Keyword in subheading(s) like H2, H3, H4, etc..
- Add an image with your Focus Keyword as alt text.
- Keyword Density is 0. Aim for around 1% Keyword Density.
- URL is 61 characters long. Kudos!
- Link out to external resources.
- Add DoFollow links pointing to external resources.
- Add internal links in your content.
- Set a Focus Keyword for this content.

Après

Basic SEO × 1 Errors

- Hurray! You're using Focus Keyword in the SEO Title.
- Focus Keyword used inside SEO Meta Description.
- Focus Keyword used in the URL.
- Focus Keyword appears in the first 10% of the content.
- Focus Keyword found in the content.
- Content is 206 words long. Consider using at least 600 words.

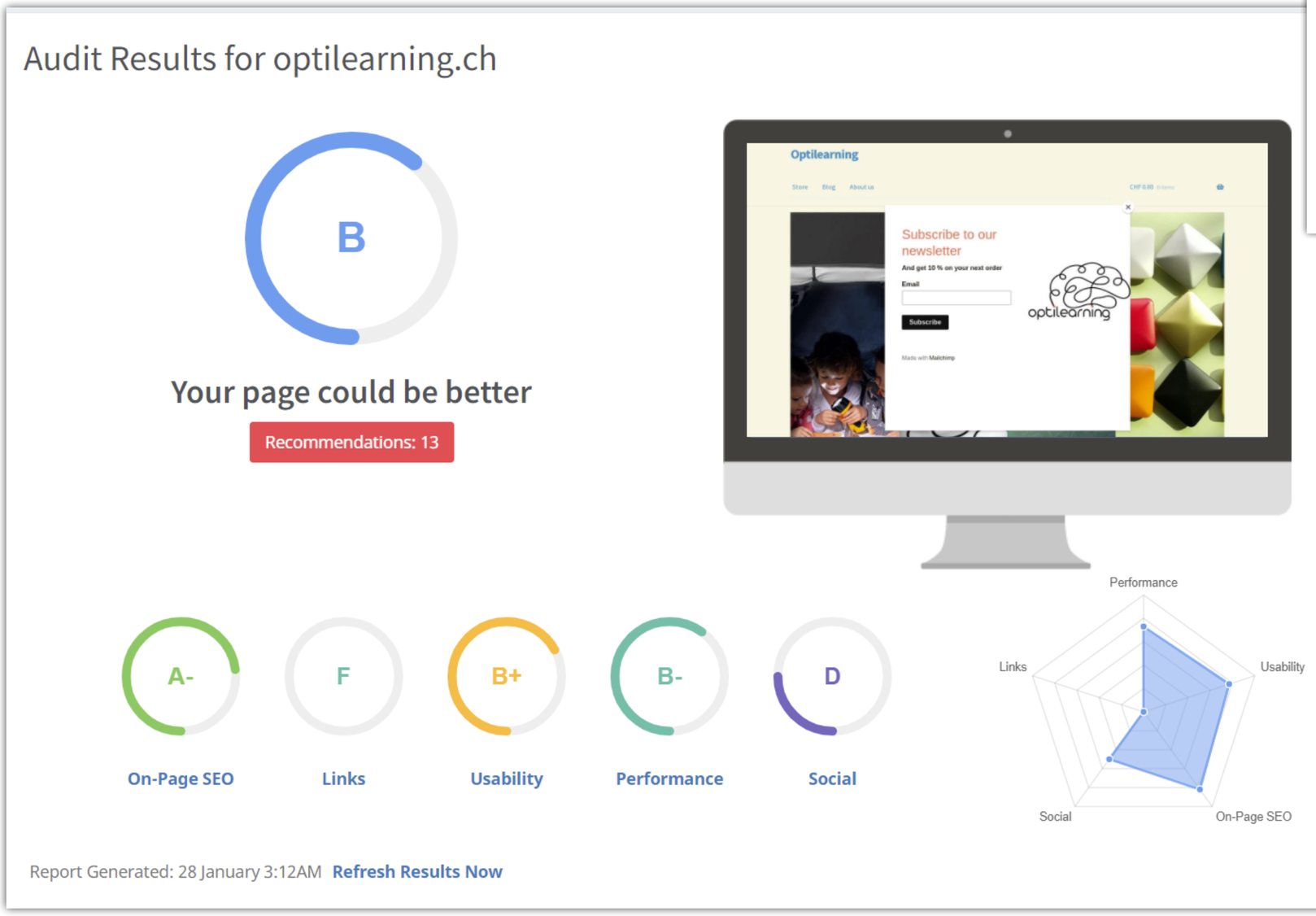
Référencement page produit :

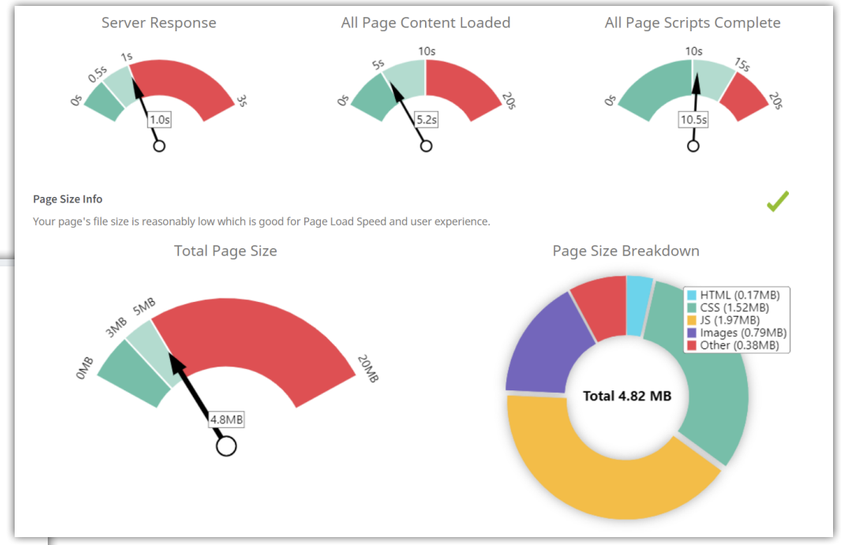
Pour chaque page produit nous avons utilisé la stratégie seo expliqué précédemment avec la rédaction des méta-titre, des meta-description très aidé par le plugins, nous avons essayé de mettre le "focus keyword" dans la plupart de ces endroits clef ainsi que dans tout les endroit pertinents afin de maximiser le seo des produits.

Analyse SEO

Pour analyser le référencement de notre site, nous avons utilisé en plus de Rank math Seo, le site **SEOptimer**.

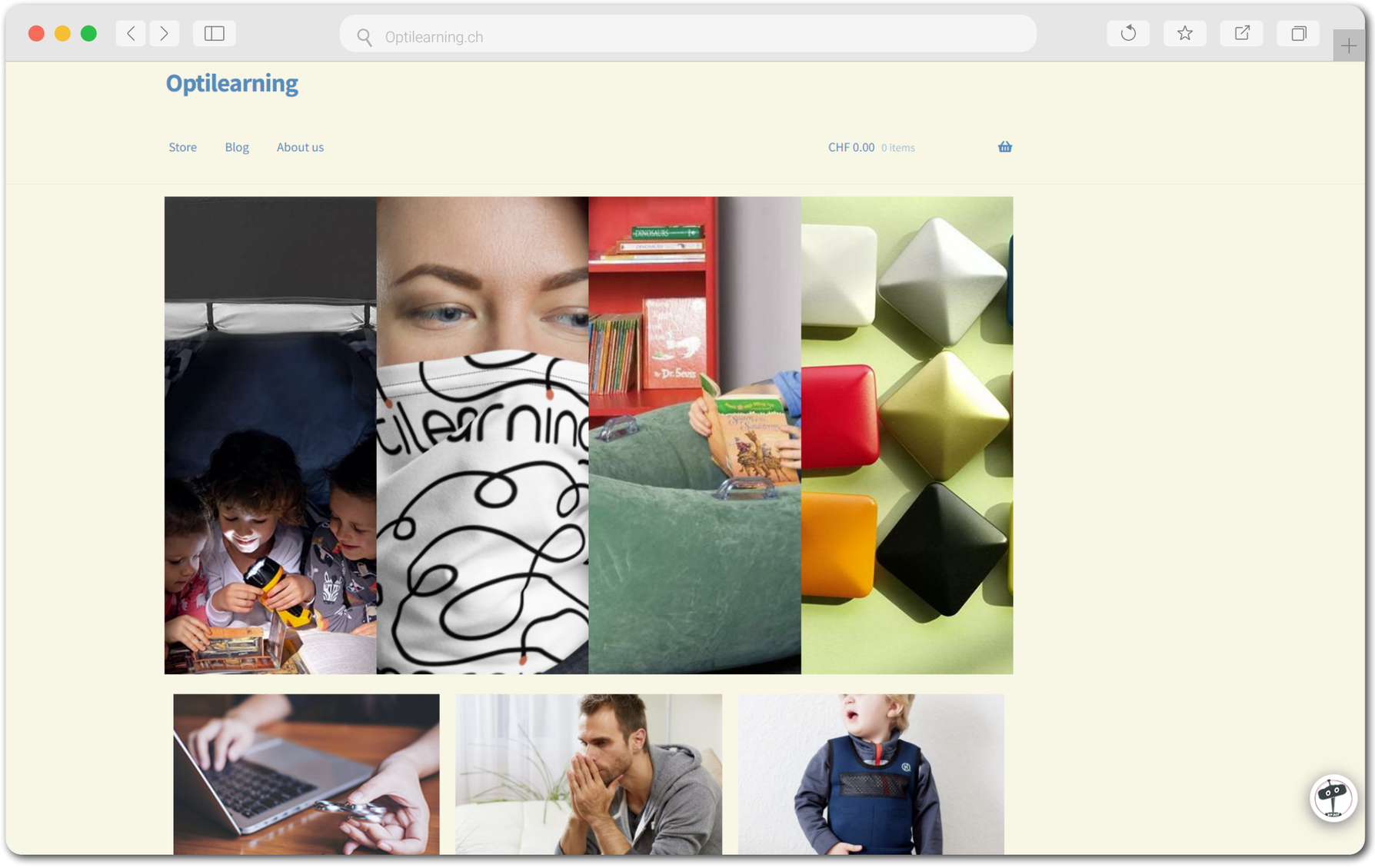
C'est un site qui fait une analyse détaillée du SEO en se basant sur de nombreux points du site et nous donne des recommandations précises afin d'améliorer la présence en ligne de notre site et par conséquent qu'il soit mieux positionné dans les résultats des moteurs de recherches.

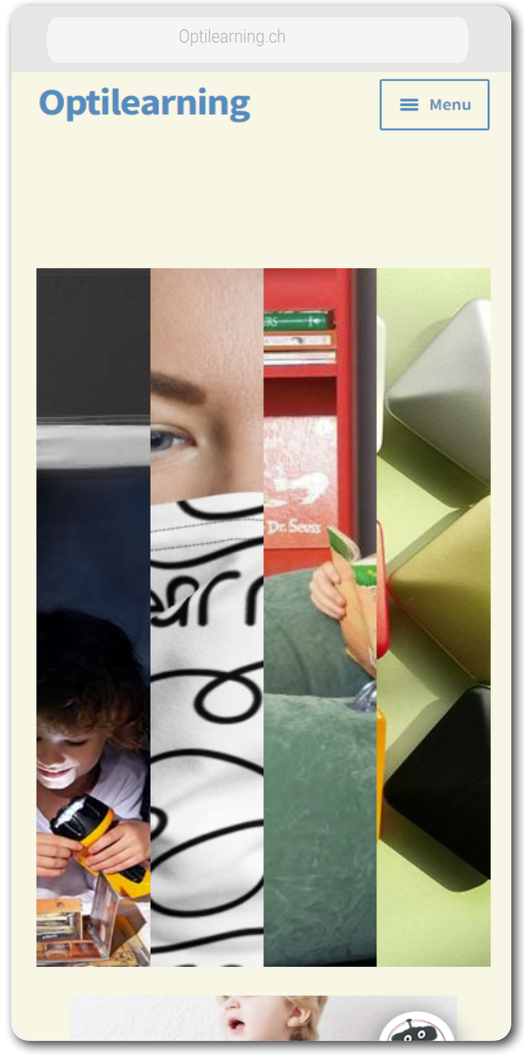




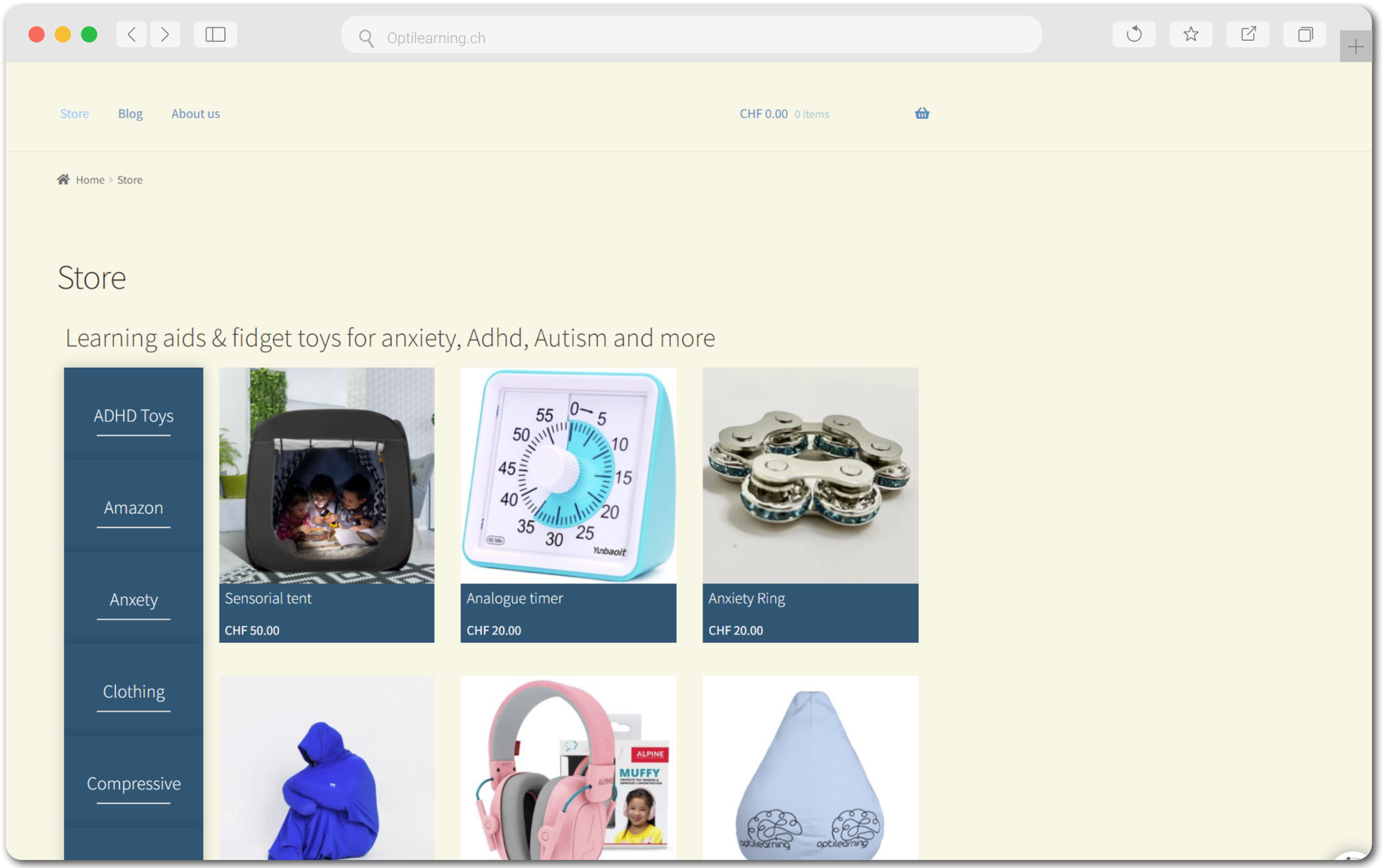
On peut constater que le travail effectué sur le seo a porté ses fruits.

HOMEPAGE


Optilearning.ch
Optilearning
Store
Blog
About us
CHF 0.00 0 items

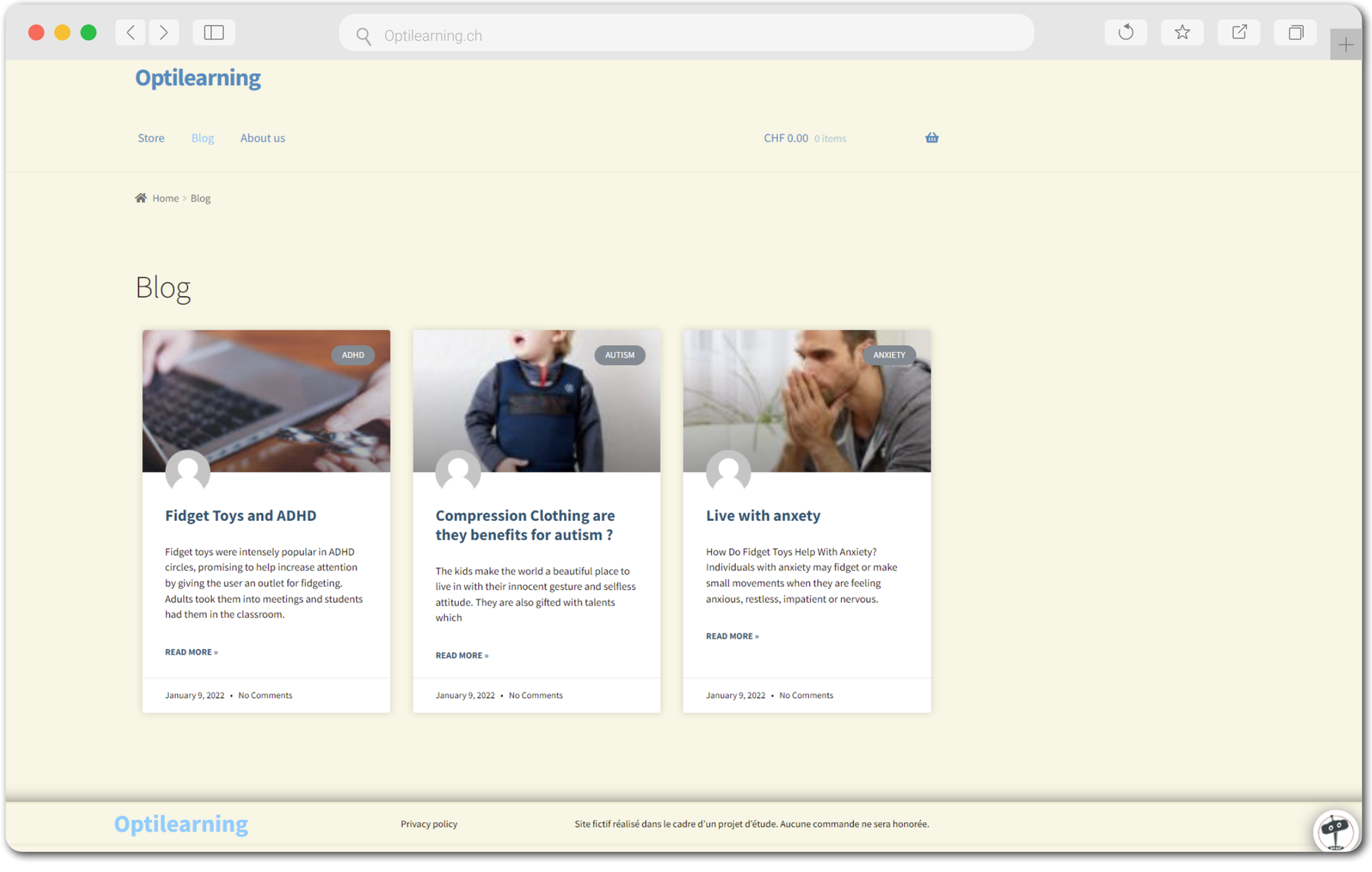

Optilearning.ch
Optilearning
Menu

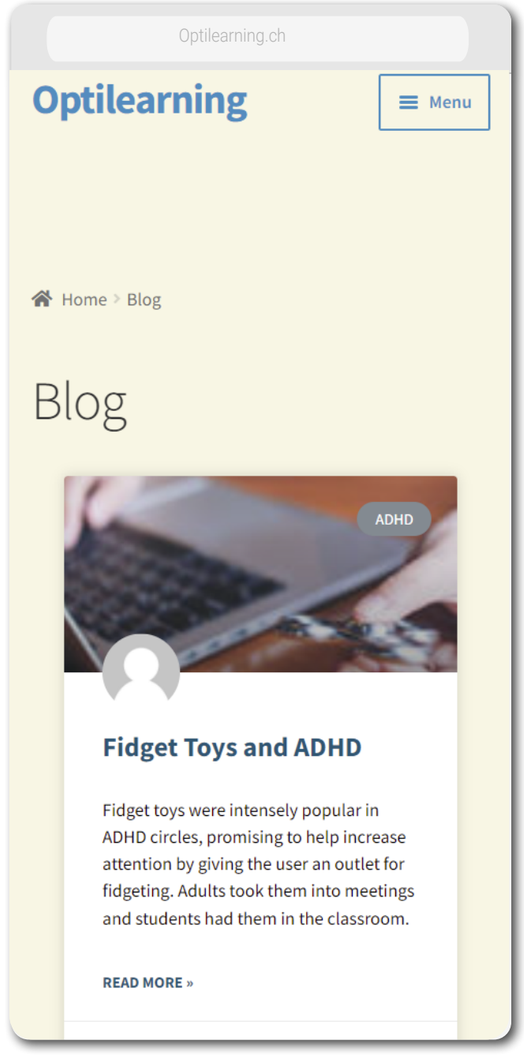
STORE


Optilearning.ch
Store
Blog
About us
CHF 0.00 0 items
Home > Store
Store
Learning aids & fidget toys for anxiety, Adhd, Autism and more
ADHD Toys
Amazon
Anxety
Clothing
Compressive
Sensorial tent
CHF 50.00
Analogue timer
CHF 20.00
Anxiety Ring
CHF 20.00
ALPINE
MUFFY

Optilearning.ch
Home > Store
Store
Learning aids & fidget toys for anxiety, Adhd, Autism and more
Sensorial tent
CHF 50.00

BLOG


Optilearning.ch
Optilearning
Store
Blog
About us
CHF 0.00 0 items
Home > Blog
Blog
ADHD
Fidget Toys and ADHD
Fidget toys were intensely popular in ADHD circles, promising to help increase attention by giving the user an outlet for fidgeting. Adults took them into meetings and students had them in the classroom.
READ MORE »
January 9, 2022 • No Comments
AUTISM
Compression Clothing are they benefits for autism ?
The kids make the world a beautiful place to live in with their innocent gesture and selfless attitude. They are also gifted with talents which
READ MORE »
January 9, 2022 • No Comments
ANXIETY
Live with anxety
How Do Fidget Toys Help With Anxiety? Individuals with anxiety may fidget or make small movements when they are feeling anxious, restless, impatient or nervous.
READ MORE »
January 9, 2022 • No Comments
Optilearning
Privacy policy
Site fictif réalisé dans le cadre d'un projet d'étude. Aucune commande ne sera honorée.


Optilearning.ch
Optilearning
Menu
Home > Blog
Blog
ADHD
Fidget Toys and ADHD
Fidget toys were intensely popular in ADHD circles, promising to help increase attention by giving the user an outlet for fidgeting. Adults took them into meetings and students had them in the classroom.
READ MORE »

STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

Pour un site de e-commerce, la stratégie sur les réseaux sociaux est cruciale.
Nous avons opté pour une stratégie diverse sur plusieurs plateformes avec toutes un utilisé bien défini en lien avec une cible.

Facebook

Facebook va nous permettre de mettre nos articles ainsi que nos produits en avant. Sur ce réseau la cible est clairement les parents. On a pensé à deux types de produits sponsorisés. Premièrement, une pub classique au format post dans le fil d'actualité, elle reste la pub la plus efficace pour cette cible. Ensuite en tant que site de e-commerce, du contenu sponsorisé intégré à la facebook marketplace sera très efficace.

Instagram

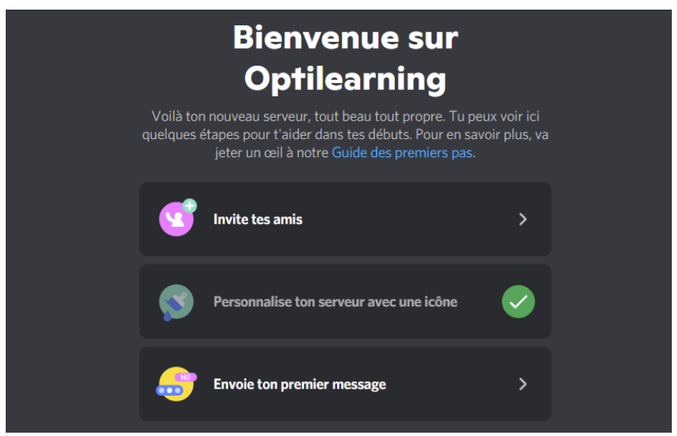
Sur instagram, le plus efficace est une publicité format story et reels, de cette manière, nous pourrons diffuser notre pub dans ces deux canaux qui sont les plus efficaces sur instagram. Sur ce réseau, les cibles sont les 18-35 atteint de trouble de l'attention ou d'anxiété et les jeunes parents. Les contenus sponsorisés sur instagram ont un bon taux de conversion.

Par la suite, nous pourrions imaginer des partenariats avec des influenceurs afin de faire croître notre plage de couverture et le taux de conversion de ces contenus sponsorisés.

Afin d'étendre notre clientèle, la fonctionnalité boutique d'instagram serait très intéressante à mettre en place, car c'est très efficace pour un site de e-commerce et elle fonctionne de mieux en mieux.

Twitter

Twitter sera utilisé afin de créer une communauté et d'avoir une relation plus proche avec le consommateur, twitter pour être également très efficace en organisant une faq afin de créer de l'interaction avec la communauté.



Discord

Comme 4ème réseau, nous avons choisi Discord, afin de mettre en place un serveur où les personnes atteintes de trouble ou leurs parents pourraient se rencontrer, discuter cela serait socialement intéressant pour eux et pour nous cela nous permettrait de créer une vraie communauté autour de notre site.

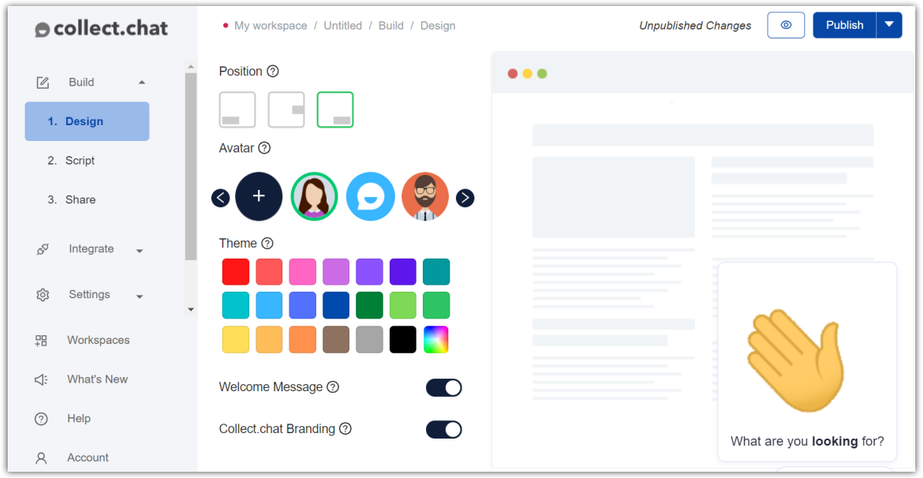
Service client - chatbot

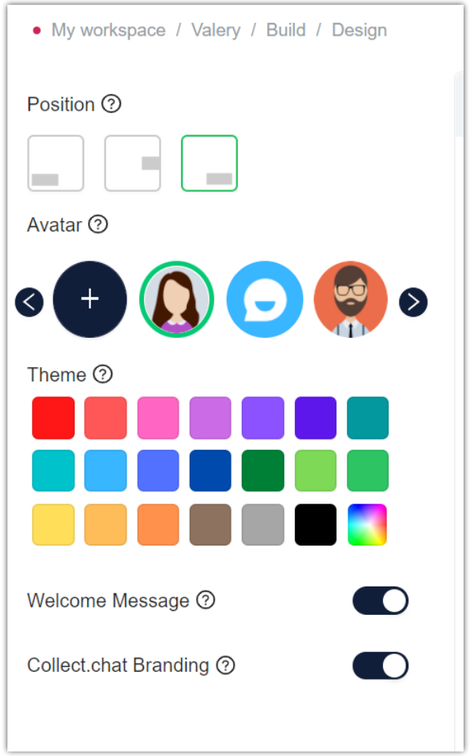
Pour la fonctionnalité permettant la mise en place d'un service client via whatsapp, nous avons décidé d'attaquer le problème sous un angle différent.

Nous avons mis en place un chatbot qui permet un meilleur suivi des consommateurs ainsi qu'un bon outil pour le parcours clients.

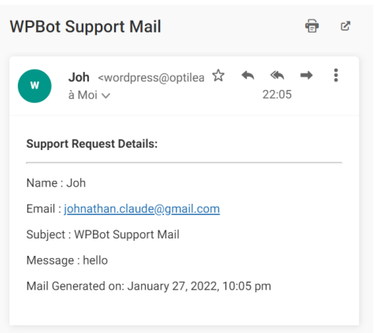
Ces bots sont très intéressants, mais sont un poil complexe à mettre en place, c'est pourquoi nous avons mis en ligne une bref démo du bot.

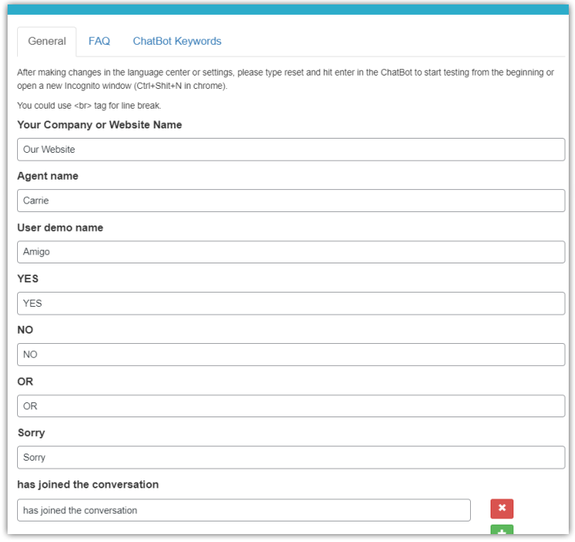
Il permet de résoudre les problèmes du client en les aiguillant sur les pages adaptées, mais également de nous envoyer un mail automatique ou une notification pour que l'on contacte le client ultérieurement via whatsapp. Ce bot nous permet de récolter un grand nombre d'informations ce qui est très intéressant. Par la suite, le perfectionnement de ce bot serait une arme redoutable.

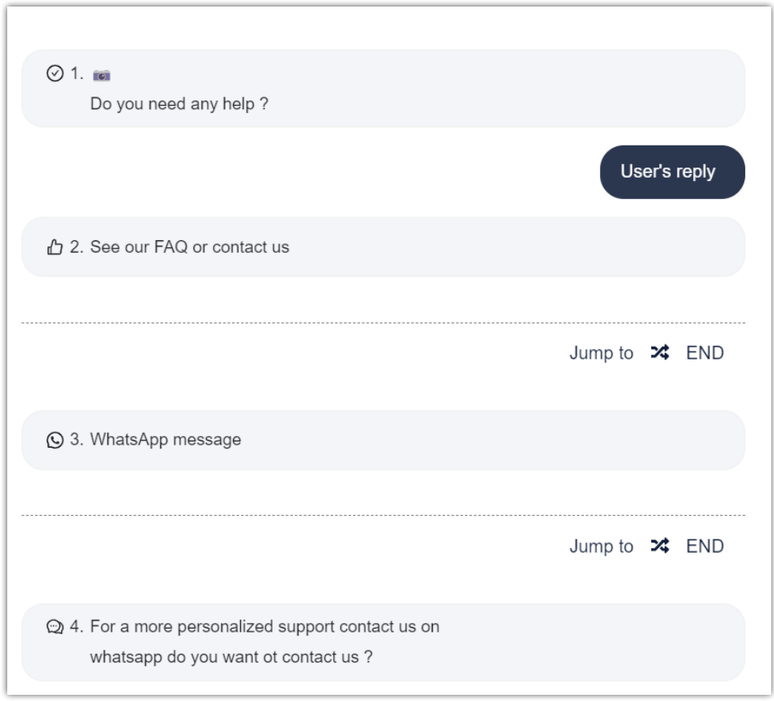




Pour l'installation, nous nous sommes documenté sur les chatbots les plus simples d'utilisations, puis on a paramétré notre e-mail et les premiers messages à répondre au client.







Quelles conditions générales devrez-vous intégrer ? Quelles politiques de protection des données devrez-vous intégrer ?

Pour ces deux questions, deux nous questions, n'étant pas expert juridique, nous avons regardé ce qu'il se faisait chez nos concurrents et avons rédigé des conditions générales et de protections des données similaires.

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

Cela dépendra du volume de la commande, le service Same est proposé par la poste en partenariat avec l'entreprise no time est coûte en moyenne 29CHF, si nous offrons la livraisons, ce service ne serait pas rentable a moins d'une très grosse commande ou d'un client régulier. Cependant, cela pourrait être intéressant si le prix de la livraison ou une grande partie est payé par le client, car cela jouerait sur l'achat instantané ou impulsif avec une livraison dans la journée. Cela pourrait être intéressant dans le cadre d'une campagne publicitaire ou la livraison le jour même serait disponible pour une période courte, cela pourrait être intéressant marketingement parlant.

Avez-vous rencontré des défis particuliers ?

Nous avons rencontré un problème au début du projet, car nous voulions pour étendre le domaine de nos compétences et découvrir un nouveau cms, développé le site sous Prestashop, cependant il ne nous laissait que peu de liberté et sa mise en place semblait difficile, donc bien que nous avions commencé, nous avons finalement dû basculer sur wordpress.

Google analytics
Nous avons eu un problème dans sa mise en place, car à cause d'un bug ou d'une erreur de configurations, google analytics n'enregistrent pas le trafic sur le site, ce qui à impacter notre capacité à analyser le trafic sur notre site.

Comment avez-vous intégré l'expérience utilisateur dans la mise en place de votre projet ?

Nous avons essayé de mettre en place des outils tels que chatbot ou de par le design favorisé une expérience utilisateur agréable améliorant le taux de conversion. Étants donnée la clientèle de notre site, il se devait d'être simple d'utilisation et agréable à naviguer.

Si vous deviez transformer ce site en un « vrai » site e-commerce, quelles améliorations de

On développerait plus l'expérience du chatbot et la mise en place d'un service client efficace, car il est très important pour l'UX.

Le développement du design des pages produits woocommerce serait intéressant, car les pages produits woocommerce sont bien, mais peuvent être fortement améliorées avec un design plus adapté à l'UX.

CONCLUSION

Nous avons trouvé intéressant de réaliser ce projet qui nous a permis de mettre en pratique des notions abordées pendant les cours et de mieux les maîtriser.

Nous avons beaucoup apprécié cette première expérience dans le monde de l'e-commerce et nous avons réalisé un site qui est certes encore améliorable, mais dont nous sommes fières.

Nous sommes persuadés que ce projet nous sera grandement bénéfique pour la suite de nos carrières ainsi qu'en portfolio.

RAPPORT DE PROJET
E-COMMERCE

Yeric Gollut & Johnathan Claude - M-49-1