

DÉFIS CDISCOUNT

DESCRIPTION DU PROJET :

Nous avons mis en place un système pour que le client soit le seul maître de ses achats. Le site se focalise sur la recherche et propose des choix au fur et à mesure que le client recherche son futur produit. Les résultats des recherches s'affinent en fonctions des choix que l'utilisateur va faire. Nous avons mis en place le concept avec l'exemple de la "*Chaussure*".

<http://lazertyteam.finitia-world.com/ycommerce/>

ARCHITECTURE ET COMPOSANT TECHNIQUE

Le site a été entièrement réalisé grâce aux technologies web, à savoir HTML5, CSS3, JS, JQUERY, pour la partie client, et PHP et SQL pour la partie serveur, ainsi qu'AJAX pour réaliser le lien entre les deux.

L'architecture est simpliste, une maquette demande à être légère et facilement modifiable. Le site se compose d'une seule page, dans laquelle on navigue via notre menu révolutionnaire et la technologie AJAX. Les images sont stockées dans un dossier éponyme. Et c'est tout.

BUSINESS PLAN :

Résumé du plan de développement :

Fondée en 2013, YourCommerce.com est une jeune start-up ambitieuse, qui cherche à s'installer sur le marché de l'e-commerce.

Nouveau site d'e-commerce, YourCommerce.com compte percer le marché grâce à son concept novateur : une expérience utilisateur basée sur lui-même, et non plus les produits.

Le milieu étant soumis à un public fluctuant et avide de nouveautés, il espère rapidement grandir en taille pour devenir un des leaders français, puis européen, du marché.

La stratégie de communication du lancement de YourCommerce.com a été principalement axée sur un an, pour profiter au maximum de l'effet nouvelle mode, puis quelques événements épisodiques ont été planifiés les années suivantes pour garder l'intérêt et l'attention des consommateurs.

Qu'est-ce qui a été fait ? où en est-on ? :

Une maquette vient d'être réalisée afin d'étudier les développements futurs du site ainsi que l'efficacité et la durabilité du concept. Il ne reste plus qu'à lever les fonds et commencer l'aventure.

Notre « famille » peut être représentée comme un arbre généalogique comportant trois branches issues de la même source : un DUT Services et Réseaux de Communication. Ces trois branches correspondent à trois pôles de compétences : Communication, Graphisme et Programmation. Dans ces trois pôles sont répartis les 13 membres de notre famille en fonction de leur affinité avec ces trois domaines complémentaires.

Pôle graphisme

Ce pôle est le plus petit de YourCommerce.com, mais il n'en est pas moins essentiel. Le pôle graphisme maîtrise à la perfection des outils tels que Photoshop, Illustrator et InDesign et il met en valeur nos contenus. YourCommerce.com considère qu'un contenu riche est important, mais qu'une lecture agréable l'est tout autant. Le pôle graphisme crée également les interfaces des différents sites internet et de l'application élaborés par l'équipe au cours de cette nuit d'encre.

Pôle communication

Notre pôle communication est composé de 4 membres, 4 membres qui adorent la communication écrite comme orale. Pour le pôle communication, élaborer des messages pertinents et compréhensibles est un réel plaisir. De nos deux ans passés en DUT SRC et de notre formation actuelle, nous tirons le meilleur des enseignements reçus afin de fédérer

l'équipe dans la joie et la bonne humeur tout en conservant une certaine dose de sérieux.

Pôle programmation

Les « Geeks » de la YourCommerce.com. Ce sont 6 membres motivés et passionnés par les différents langages informatiques qui existent. Ils passent leur nuit à réfléchir à des solutions optimales et originales pour mettre en avant les productions du pôle graphisme ainsi que les contenus du pôle communication.

Analyse du marché :

Les Français ont dépensé 12,2 milliards d'euros sur Internet au deuxième trimestre, indiquent les chiffres publiés mardi 24 septembre par la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). C'est 16 % plus qu'il y a un an, après une progression de 14 % au premier trimestre. C'est toutefois en deçà des 19 % de hausse enregistrés en 2012. Le panier moyen des achats remonte lui très légèrement à 87 euros, après deux ans de baisse continue.

Ces chiffres, qui continuent de progresser, cachent un marché du e-commerce en pleine recomposition, comme en témoigne le salon E-Commerce Paris 2013, qui se tient du 24 au 26 septembre, au parc des expositions de la Porte de Versailles, à Paris. C'est un marché qui se professionnalise et qui devient un peu plus mature". Pour preuve, la Banque de France vient de décider de prendre en compte dans ses statistiques de commerce de détail les achats effectués via Internet en 2014.

En quelques années, une partie de la génération des acteurs purement Internet est d'ailleurs passée sous pavillon d'un grand groupe : Rueducommerce repris par Altarea-Cogedim, Cdiscount par Casino, Delamaison.fr par Leroy-Merlin... D'autres sont en proie aux difficultés. comme Pixmania, en passe d'être vendu au fonds de retournement allemand Mutares. Dans le classement des 15 premiers sites visités par les internautes, on retrouve ainsi des enseignes issues du commerce physique comme Carrefour, la Fnac, Leroy-Merlin, Castorama, Darty et Decathlon, "là où, il y a cinq ans, on avait du mal à trouver une enseigne de distribution physique, à part la Fnac", précise M. Lolivier.

Succès des "places de marché" en ligne

Quant aux acteurs restés "purs Web", ils sont de plus en plus nombreux à orienter leur modèle vers un système de place de marché (où ils proposent les produits d'autres commerçants) pour élargir leur clientèle et leur offre. "Face aux faibles barrières à l'entrée et à l'importance des économies d'échelle, les places de marché en ligne proposent un ensemble de services intégrés (réseau de marchands tiers, monnaies virtuelles, systèmes de paiement, services de livraison etc.) pour inciter consommateurs et fournisseurs à rester au sein de leur réseau", indiquait le cabinet Xerfi dans une étude publiée récemment.

Produit et services offerts :

YourCommerce.com est une plate-forme d'e-commerce à visée large. De nombreux types de biens sont mis à disposition des acheteurs.

Les produits sont une partie de l'expérience utilisateur. Il n'est plus obligé d'aller les chercher, ce sont eux qui viennent à lui.