

Fonctionnement d'un site marchand

PUBLICATION, MISES A JOUR ET SAUVEGARDES

Sommaire

1. Les liens.....	3
2. Introduction.....	4
3. Comment choisir mon nom de domaine ?.....	5
4. Quel hébergement pour mon site ?.....	7
5. Quelles statistiques de connexion demander ?.....	9
6. Comment gérer les mises à jour ?.....	10
7. Dois-je faire évoluer mon site ?.....	11
8. Qui est responsable de la sauvegarde du site et de ses contenus ?.....	12

1. Les liens

- [Site de l'AFNIC](#)
- [Hébergement, domaines, serveurs OVH](#)
- [Hébergement, domaines, solutions e-commerce Amen](#)
- [Hébergement, domaines, serveurs 1and1](#)
- [Toute l'actualité internationale des noms de domaine](#)
- [Hébergement, domaines, serveurs iEuropa](#)
- [Hébergement, domaines, serveurs Infomaniak](#)
- [Exemple de plan pour le contrat de maintenance du site](#)
- [Outil de statistiques Piwik](#)
- [Outil de statistiques Xiti](#)
- [Outil de statistiques Google Analytics](#)

2. Introduction

Une fois le site construit, il faut le publier sur internet et donc avoir réservé au préalable un nom de domaine et choisi un hébergeur. Il faut aussi penser aux aspects de garantie et prévoir les conditions quant à l'assistance et à la maintenance du site la première année (garantie de bon fonctionnement, réponses aux questions dans un délai de 48 ou 72h...).

Enfin il faut penser aux mises à jour de votre site et à son évolution pour anticiper vos futurs besoins.

3. Comment choisir mon nom de domaine ?

Commençons par une petite définition. Lorsque votre site va être mis en ligne sur internet, l'ensemble des fichiers qui le constituent vont être stockés sur un ordinateur accessible par tout le monde via le réseau internet. Comme il y a de nombreux sites sur internet, il existe beaucoup de ces ordinateurs pour pouvoir tous les stocker. Mais comment faire pour retrouver votre site dans la masse des données stockées sur ces ordinateurs ? C'est là qu'intervient le nom de domaine. Il correspond en fait à l'adresse de l'endroit où est stocké votre site et cet espace de stockage correspond à l'hébergement. Un peu comme une adresse postale (l'équivalent du nom de domaine) indique l'endroit où se trouve une maison (l'équivalent de l'hébergement).

Le nom de domaine est une location, c'est pourquoi tous les ans vous devez indiquer si vous renouvelez cette location (en payant) ou non. En tant que locataire vous avez la priorité sur le renouvellement : vous serez averti, par mail en général, que la location arrive à terme plusieurs semaines à l'avance. Cette location se fait auprès d'un registrar ou bureau d'enregistrement. Il s'agit d'une société ou d'une association gérant la réservation des noms de domaine sur internet, notamment pour s'assurer que le même nom de domaine n'est pas utilisé pour deux sites internet différents. Vous pouvez décider de changer de registrar pour des questions de gestion, par exemple pour regrouper la location du nom de domaine et de l'hébergement auprès de la même entreprise. Il vous faudra alors demander un transfert du nom de domaine d'un registrar à l'autre.

Le nom de domaine doit idéalement reprendre le nom de votre société, de votre enseigne ou de votre marque. Il sera de préférence court et facile à retenir. Pour des sites de e-commerce en France, les extensions .com et/ou .fr sont recommandées.

Dans certains cas, il peut être intéressant de réserver des noms de domaine comprenant les mots clés principaux des catégories de produits vendus. Des sites comme guitare.com ou foiegras.com indiquent clairement leur activité.

Vous pouvez vérifier qu'un nom de domaine est libre ou déjà utilisé sur des sites comme gandi.net. N'indiquez pas dans votre cahier des charges le ou les noms de domaine que vous souhaitez déposer, un prestataire mal intentionné pourrait les réserver à son nom et la règle qui prévaut est en matière de nom de domaine celle du premier arrivé, premier

servi.

Vous pouvez vous-même retenir le nom de domaine de votre choix ou confier cette tâche à votre prestataire. Insistez dans ce cas pour que le nom de domaine (et l'hébergement) soient mis à votre nom : cela facilitera les choses en cas de changement de prestataire car vous aurez les codes d'accès aux interfaces d'administration etc. Le prestataire pourra quand même s'occuper de la gestion en étant ajouté comme contact technique. Il faut compter de 10 à 50 euros par an paramétrage inclus.

Si le nom de domaine que vous souhaitez réserver est déjà pris, vous pouvez utiliser des services en ligne pour découvrir le nom du propriétaire actuel. La plupart du temps, il est très difficile de récupérer un nom de domaine déjà déposé par quelqu'un d'autre. Il ne vous reste alors plus qu'à chercher une autre idée de nom. Toutefois, si le nom convoité correspond au nom de votre société ou d'une marque déposée, vous pouvez essayer de le récupérer. Il faudra alors consulter un conseil juridique. La procédure peut être longue et coûteuse sans résultat garanti.

4. Quel hébergement pour mon site ?

L'hébergement correspond à l'espace de stockage utilisé pour les fichiers qui constituent un site internet. Cet espace de stockage se trouve sur un ordinateur appelé serveur, accessible par tout le monde via internet.

Il existe deux types d'hébergement :

- L'hébergement mutualisé : l'ordinateur sur lequel se trouve votre site est aussi utilisé pour stocker d'autres sites internet. Ce type d'hébergement est moins cher car les coûts sont mutualisés. Par contre vous ne pouvez pas administrer le serveur, vous êtes donc tributaire de l'hébergeur concernant la configuration.
- L'hébergement dédié : l'ordinateur ne sert qu'à héberger votre site internet. Vous pourrez administrer ce serveur comme bon vous semble à condition d'avoir les connaissances pour. Bien sûr cela a un impact significatif sur le prix.

Dans tous les cas, comme pour le nom de domaine, l'hébergement est une location : vous n'êtes pas propriétaire du serveur. C'est pourquoi tous les ans vous devez renouveler votre hébergement.

Dans votre cahier des charges, indiquez le type d'hébergement souhaité. Dans la plupart des cas, si vous vous lancez sur Internet un hébergement mutualisé sera suffisant. Pour des sites à fort trafic ou avec de lourdes bases de données et de nombreuses fonctionnalités un hébergement dédié s'imposera parfois.

Demandez dans votre cahier des charges le nom de l'hébergeur et les caractéristiques de l'hébergement proposé (bande passante, espace disque, processeur, RAM ...).

Demandez aussi les services proposés en terme de sauvegardes et de taux de disponibilité garantie avec éventuellement des niveaux d'indemnisation en cas de panne.

Si vous passez par un prestataire, il saura vous conseiller sur le type d'hébergement adapté à votre site. Certains prestataires ont leurs propres serveurs et proposent de prendre en charge la gestion de votre hébergement (cela peut poser problème si vous décidez un jour de changer de prestataire), d'autres passent par des entreprises spécialisées (OVH, 1&1 etc). Ces entreprises spécialisées proposent généralement des packs nom de domaine + hébergement. Cela facilite la gestion en particulier au moment

du renouvellement puisque l'hébergement et le nom de domaine ont la même date d'expiration. Comme pour le nom de domaine, si vous ne vous chargez pas de retenir l'hébergement, insistez pour qu'il soit pris au nom de votre entreprise.

5. Quelles statistiques de connexion demander ?

Demandez au prestataire un accès en ligne aux statistiques de fréquentation du site.

Celles-ci doivent comprendre :

- nombre d'accès visiteurs,
- nombre de visites,
- pages visitées,
- jours et tranches horaires des visites,
- provenance géographique des internautes,
- sites, moteurs et annuaires de provenance,
- mots clés tapés par les internautes,
- types de navigateurs utilisés,
- fournisseurs d'accès d'origine.

Notez à ce sujet que de nombreux outils gratuits existent (Piwik, Xiti, Google Analytics) et suffisent souvent pour des sites qui démarrent. Toutes les offres gratuites offrent à peu près les mêmes données et il n'est pas vraiment utile de passer par un outil payant sauf si vous avez des données très spécifiques à consulter.

6. Comment gérer les mises à jour ?

Vous devez aborder dans votre cahier des charges la question de la gestion des mises à jour de votre site. On peut distinguer deux types de mises à jour.

La mise à jour du contenu du site

Pour un site de vente en ligne, il est indispensable d'avoir accès à une interface d'administration pour pouvoir mettre à jour au moins le catalogue de produit. La majorité des solutions proposées aujourd'hui permettent également une gestion simple de l'ensemble des contenus du site (textes + images). Il est fortement recommandé d'avoir recours à une formation à l'outil de gestion du contenu. En effet, le formateur pourra vous donner des conseils et des astuces ainsi qu'un support de formation qui vous permettra de vous rafraîchir la mémoire par la suite. Dans un second temps, la pratique est souvent le meilleur moyen de bien maîtriser l'outil de mises à jour. Un support téléphonique peut également être envisagé mais il faudra veiller à la disponibilité du prestataire.

Vous pouvez aussi choisir d'externaliser les mises à jour. Demandez alors aux prestataires consultés leurs modes de tarification, leurs grilles de prix et leur délai d'intervention. En effet, un site de vente en ligne demande de la réactivité dans les mises à jour : par exemple si une promotion d'une semaine est lancée et que l'information n'est pas affichée sur le site avant le milieu de la semaine alors qu'elle est relayée par d'autres médias, cela aura un impact négatif sur l'opération commerciale.

La mise à jour de la solution choisie pour la création du site

Les solutions open source et les solutions ASP sont régulièrement mises à jour. Mais cette mise à jour ne se fait pas toujours automatiquement. Elle demande parfois quelques connaissances techniques, en particulier pour les solutions open source.

Vous pouvez faire appel au prestataire qui a mis en place le site pour faire cette mise à jour. Il peut alors être intéressant de mettre en place un contrat de maintenance.

7. Dois-je faire évoluer mon site ?

En plus de l'évolution des contenus du site qui est indispensable, il est important de faire un minimum de veille technologique pour envisager l'ajout ou la mise à jour de fonctionnalités. Par exemple, les réseaux sociaux se sont beaucoup développés ces dernières années et les boutiques e-commerce peuvent tirer parti de cette évolution. Ce genre de phénomène apparaîtra sans aucun doute à nouveau, il faut donc se tenir au courant afin d'être réactif et de rester dans la course. Il peut également s'agir d'évolution des technologies du web (3D etc) ou de tendances.

Pour vous tenir au courant, vous pouvez visiter régulièrement les sites de la concurrence ou d'autres boutiques en ligne pour voir leurs évolutions et leurs nouvelles fonctionnalités. Vous pouvez également vous inscrire à des newsletters.

8. Qui est responsable de la sauvegarde du site et de ses contenus ?

En général, l'hébergeur se dédouane de toutes responsabilités en cas de perte des données. Même s'il réalise des sauvegardes régulières de l'ensemble des sites stockés sur ses serveurs afin de pouvoir restituer les données en cas de panne, il est tout de même plus prudent de prévoir en plus de faire soi-même des sauvegardes.

Il y a deux types de données à sauvegarder :

- Les fichiers qui constituent le site : en général la personne qui a réalisé le site en a une copie sur son ordinateur. Il est possible de lui en demander une copie lors de la mise en ligne du site mais aussi lors de l'ajout de fonctionnalités
- La base de données : c'est la plus importante. Elle contient tout le catalogue produit ainsi que le fichier client. La personne qui a réalisé le site a également une copie de la base de données au moment de la mise en ligne du site. Mais une base de données est toujours en constante évolution (ajout de produit, nouveaux clients, nouveaux commentaires sur les produits etc) ainsi cette version ne sera pas valable longtemps.

Il est possible de faire appel à un prestataire pour réaliser régulièrement des sauvegardes, en particulier de la base de données. Mais en général, les hébergeurs proposent des outils assez simples à utiliser pour la sauvegarde des données et il est tout à fait possible de réaliser les sauvegardes soi-même.

Un dernier petit conseil : n'oubliez pas de dater vos sauvegardes.