



 Université
de Bretagne-Sud

Geoffrey RENIMEL
Licence LEA 3
2011

Rapport de stage

E-commerce et industrie en République Tchèque



France technologie

Votre partenaire import export en Tchéquie

www.francetechnologie.cz

*FRANCE TECHNOLOGIE
Dobrovodská32/21
37006 České Budějovice 5
Česka Republika*

Enseignant responsable : Martine CANO
Professionnel responsable : Olivier MICHAUD

Du 2 mai au 24 juin 2011

*« Je voudrais remercier M. Michaud pour m'avoir guidé sur la durée de mon stage, ce fut un réel plaisir de travailler avec lui. Son expérience fut vraiment un apport bénéfique. J'ai acquis des connaissances dans des domaines qui ne m'étaient pas forcément familiers.
Encore une nouvelle fois merci ! »*

Sommaire

Remerciements.....	2
Sommaire.....	3
<i>Curriculum Vitae</i>	4
Introduction.....	5
I- La République Tchèque.....	6
II- Présentation de France technologie.....	7
III-Objectifs de stage définis.....	9
IV- Contenu et missions de stage.....	10
1. SEO : Search engine optimisation.....	10
2. E-business et e-commerce.....	16
3. La boutique en ligne.....	17
4. Retouche d'image.....	21
5. Gestion CRM mailing.....	23
V- Conclusion.....	25
VI- Annexes :.....	26
1. Comparaison de l'ancien et du nouveau site web de France Technologie.....	27
2. Mail de contact avec de potentiels clients.....	28

RENIMEL Geoffrey
14 rue Raoul Follereau
56920 Noyal-Pontivy
0683394317
geoffrey.renimel@gmail.com
10-04-90



Formation

2010 - 2011	<i>Troisième année de licence (spécialité commerce international) en République Tchèque à l'Université de Bohême du Sud Ceske Budejovice.</i>
2008-2010	<i>Université de Bretagne-Sud à Lorient , études de Langues Étrangères Appliquées (LEA) (2 ans)</i>
2007-2008	<i>Baccalauréat série ES, mention Bien et mention Européenne.</i>
2006-2007	<i>« Preliminary English Test » examen d'usage de la langue anglaise.</i>

Expériences professionnelles

2011	<i>Stage au sein de l'entreprise France Technologie (import export en République Tchèque)</i>
Été 2010	<i>Stage au Festival Interceltique de Lorient. Gestion des exposants commerce équitable du Village Solidaire.</i>
Été 2009	<i>Agent de production pour l'entreprise ABCD. Aide sur la ligne de production et mise en place des marchandises prêtes à l'export.</i>
Été 2008	<i>Préparateur commandes au sein de l'entreprise EDA à Noyal-Pontivy. Je circulais dans un entrepôt en sélectionnant les produits indiqués sur la commande du client.</i>

Langues

<i>Français</i>	<i>Langue maternelle</i>
<i>Anglais</i>	<i>Parlé couramment, lu et écrit</i>
<i>Espagnol</i>	<i>Parlé , lu et écrit</i>
<i>Allemand , Tchèque</i>	<i>Connaissances basiques</i>

Informations complémentaires

<i>Permis B, célibataire et sans enfants</i>	<i>Organisation et réalisation d'un lipdub (clip promotionnel) pour l'Université de Bretagne-Sud</i>
<i>Entraîneur et coach de tennis d'une équipe de jeunes. (Bénévolat)</i>	<i>Maîtrise de l'outil informatique (traitement de texte, tableur, internet, powerpoint, web2.0...)</i>

Introduction

Le stage de troisième année est beaucoup plus poussé que celui de deuxième année. Ainsi j'avais à cœur de trouver un secteur assez spécifique qui me permettrait de m'enrichir de connaissances plus professionnelles.

Après le stage de deuxième année que j'avais effectué dans un milieu associatif, je désirait changer de secteur et faire un stage tout à fait différent afin de comparer mes expériences dans le but de faire avancer ma réflexion sur mon projet professionnel. Ainsi donc je recherchais une entreprise privé dans le secteur de l'import/export international. Une expérience dans ce domaine me semblait pertinente et serait évidemment un plus sur mon CV.

En outre, ma dernière année de licence, je suis parti en Erasmus en République Tchèque dans le cadre d'un double diplôme. La perspective de chercher et trouver un stage dans un pays dont je ne parle pas la langue m'inquiétait mais je me disais que si les précédents étudiants avaient trouvé leur stage, pourquoi pas moi ?

J'ai débuté ma recherche au mois de novembre avec l'idée de trouver mon stage avant les vacances de Noël et donc pouvoir me concentrer sur mes examens en janvier et février. Mes recherches se sont d'abord portées sur les grandes entreprises françaises basées dans le sud de la République Tchèque. Quelques mails sans réponse m'ont quelque peu découragés, j'ai donc décidé de changer de stratégie et d'utiliser au maximum le réseau de connaissances que j'avais dans le pays. Plusieurs amis tchèques m'ont donné des adresses d'entreprises évoluant au niveau international.

Un jour, dans un couloir de l'université, j'allais rencontrer mon coordinateur et j'ai vu sur un panneau de petites annonces, une offre d'emploi d'une entreprise franco-tchèque qui faisait de l'export de pièces technologiques vers la France. Le descriptif du poste ne convenait pas exactement à mes qualifications mais je décidai de me proposer pour une mission de stage. J'envoyai donc un mail de candidature afin de voir si l'entreprise avait peut-être besoin d'un stagiaire. J'avais lu que leur structure était en pleine expansion. Toutes les chances étaient donc de mon côté. Le jour même où j'envoyai ma candidature, on me contacta pour me proposer des missions de stage.

J'allais donc effectuer mon stage au sein de l'entreprise France Technologie qui fait de l'import export de produits technologiques entre la France et la République Tchèque. Le stage allait s'articuler autour de plusieurs thèmes tel que le marketing en ligne (présentation et descriptif de produits, analyse des ventes en ligne...) et gestion de la clientèle (mailing, suivi de la relation client...).

La formation LEA me paraît assez adaptée à mes missions de stage. L'entreprise évoluant entre la France et la République Tchèque, j'ai peu pratiqué les langues étrangères même si j'ai été confronté à des documents en anglais et fait quelques traductions vers l'anglais. De plus, les compétences acquises en informatique et économie ont été une bonne base pour démarrer mon stage.

I- La République Tchèque

Année d'adhésion à l'Union Européenne: 2004

Régime politique: république

Capitale: Prague

Superficie totale: 78 866 km²

Population: 10,5 millions

Monnaie: couronne tchèque

Langue officielle: le tchèque



La République tchèque est devenue un État indépendant en janvier 1993, lorsque la Tchécoslovaquie s'est séparée en deux. À la veille de la Seconde Guerre mondiale, la Tchécoslovaquie figurait parmi les dix premiers pays industrialisés du monde et était alors, jusqu'en 1938, la seule démocratie d'Europe centrale.

L'industrie constitue encore l'une des principales activités économiques, notamment dans les secteurs de l'automobile, des machines-outils et des outils de construction. L'industrie du fer et de l'acier est un secteur important en Moravie, dans l'est du pays. En ce qui concerne le secteur agricole, les principales cultures sont le maïs, la betterave sucrière, la pomme de terre, le froment, l'orge et le seigle.

Il faut savoir que depuis la fin du communisme la République Tchèque s'est transformée en une économie néolibérale suite aux vagues de privatisations impulsées par Vaclav Klaus. Il y a eu 3 vagues successives entre 1991 et 1996. La petite privatisation a consisté à vendre aux enchères, en général aux managers des petites entreprises (d'où le nom de «petite privatisation») le capital des unités de productions qu'ils géraient. La privatisation par coupons, solution originale où chaque foyer fiscal pouvait acheter, pour une somme modique, un «carnet de coupons» qui donne un «droit» pour acquérir des actions des entreprises à privatiser. La dernière fut la vague de privatisation pragmatique où l'état a privatisé d'importantes entreprises nationales tout en gardant sous son contrôle un certain nombre d'entreprises clés.

La crise économique de 2008 a affecté la République Tchèque de manière assez importante même si elle s'en remet plutôt bien. Cela est dû au secteur automobile qui a subi un coup d'arrêt avec cette crise, emportant avec lui des milliers d'emplois.

Depuis la chute du communisme, les principaux partenaires commerciaux du pays se situent à l'ouest. Une relation privilégiée avec le voisin Allemand et beaucoup de nouvelles perspectives économiques depuis l'entrée du pays dans l'Union Européenne.

II – Présentation de France Technologie



France technologie est une jeune entreprise créée en 2011 par Olivier Michaud. Le siège de la société est basé à Ceske Budejovice dans le sud de la République Tchèque.

M. Michaud est un entrepreneur basé dans la région de Bohême du Sud depuis 15 ans. De formation technique, il a géré plusieurs entreprises dans le domaine du développement industriel. Aujourd'hui il travaille en tant que consultant indépendant et aussi dans l'export de produits technologiques tchèques en France. Parallèlement à cette activité, il lance cette année France Technologie qui a la prétention d'inverser ces échanges et donc de valoriser le savoir-faire technologique français en République Tchèque.

Fort de son expérience du marché tchèque et considérant l'évolution des prix et les nouvelles opportunités liées à l'entrée de la Tchèque dans L'Union Européenne en 2004, l'idée lui est venue d'importer des produits français.

Étant ingénieur de formation, il a naturellement orienté son activité vers des produits à forte valeur technologique. Ainsi sa première réalisation fut pour l'entreprise SVIAC, qui produit des machines à comprimer (indispensable pour la fabrication de médicaments). Le marché de ce type de produit est minuscule en République Tchèque mais lors de recherches internet, le premier fabricant que l'on trouve est allemand. Il apparaissait donc judicieux de se positionner en concurrent direct avec un site Tchèque.

Confiant suite à ce premier lancement, il y a eu le démarrage d'une boutique en ligne pour des accessoires de boulangerie. En effet, le savoir-faire tchèque en matière de boulangerie est pauvre mais la tendance commence à s'inverser et les gens recherchent de plus en plus du bon pain. Ainsi, les petites boulangeries et les grandes surfaces s'équipent. La boutique présente des accessoires spécifiques à la boulangerie et à la pâtisserie. De plus, une observation précise de l'évolution des modes de consommation des tchèques tend à montrer que les sandwicheries se développent rapidement. Là aussi, elles ont besoin de s'équiper.

La troisième boutique en ligne créée surfe sur la vague du tri sélectif. En effet, les produits proposés sont des collecteurs de déchets. Ce lancement intervient après des discussions avec une entreprise française du secteur. En France, il semble que ces produits se vendent bien. Ainsi, la proposition a été faite à cette entreprise de créer une boutique en ligne sur l'internet tchèque et de voir si le potentiel produit est avéré.



Résumons le concept de France Technologie :

- une entreprise d'import export entre la France et la République Tchèque
- un spécialiste du marché Tchèque
- une méthodologie flexible et adaptable à destination des PME PMI
- le e-commerce comme base de l'activité d'import export
- une proposition de kit export en 4 étapes :

ETAPE 1: Représentation commerciale et création d'une boutique en ligne

ETAPE 2: Développement et animation des réseaux commerciaux.

ETAPE 3 : Proposition d'une stratégie commerciale

ETAPE 4 : Mise en place de la structure commerciale sur la République Tchèque



France Technologie me semble être dans une phase initiale et pour l'instant rapporte peu. Cependant, j'ai la conviction qu'avec un peu de temps, probablement quelques échecs et une constante veille du marché Tchèque, l'entreprise saura trouver quelques produits qui achèveront sa maturité et la rendra plus crédible pour de futurs partenariats de plus grande ampleur.

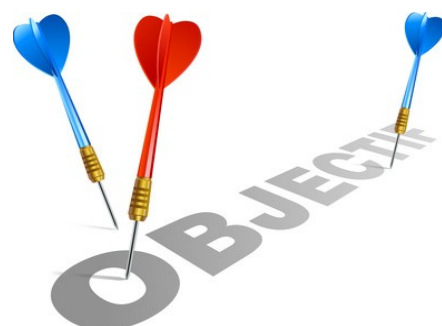
Le marché européen et notamment les nouvelles perspectives offertes par les nouveaux entrants dans l'Union Européenne permettent à beaucoup de spécialistes de lancer leurs propres activités. Je pense que nous en sommes qu'aux débuts des partenariats avec des entreprises de l'Europe de l'est. Certains investisseurs ont bien compris les opportunités que cela représentent mais force est de constater que les entreprises françaises sont extrêmement frileuses à se lancer dans le commerce avec l'Europe de l'est. Cette partie de l'Europe garde malheureusement une image liée au communisme.

Ainsi, je crois au projet de France Technologie qui n'attend pas que les investisseurs française viennent se lancer sur les marchés d'Europe de l'est mais qui, au contraire, les sollicite et leur ouvre les yeux sur le potentiel de leurs propres produits.

III- Objectifs de stage définis et moyens d'action

Objectifs de stage :

- Acquérir les connaissances de base du fonctionnement d'une boutique en ligne
- Se familiariser avec les outils informatiques nécessaires au lancement d'une activité de e-commerce.
- Être capable de rédiger le contenu d'un site web en prenant compte les contraintes de caractères et les contraintes marketing.



Moyens d'action : (missions de stage)

- Structurer une offre commercial d'import export cohérente
- Réorganiser le site web de l'entreprise pour rendre l'offre sérieuse et attractive aux potentiels investisseurs Français et Tchèques.
- Référencer le site web dans les moteurs de recherche et les différents annuaires en ligne.
- Analyser les flux de passages sur le site et essayer de dégager une tendance suivant les mots clés utilisés.
- Gérer les relations clients (CRM)



IV- Contenu et missions de stage

1 SEO : Search engine optimisation

1.2 Définition

« C'est l'**organisation et la structuration** du contenu d'un site autour de mots-clés spécifiques visant à améliorer le *rang d'apparition du site* dans le résultat organique de la recherche de ces mots-clés, augmentant ainsi le trafic provenant des moteurs de recherche. »

<http://www.astucesweb.com/seo.asp>

On distingue deux types de SEO :

- Black-hat : ce sont des méthodes qui exploitent les mécanismes naturels des moteurs de recherche afin de forcer leur bon classement dans les résultats
exemples: fermes de lien (un site avec seulement des liens) , textes cachés , pages satellites...
- White hat : ce sont des techniques recommandés par les moteurs de recherche. Elles ne génèrent aucune nuisance.



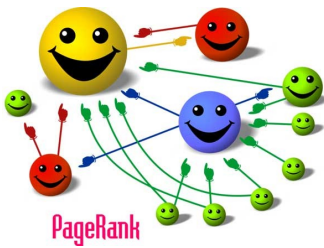
Pour avoir passer une bonne partie de mon stage sur les questions de référencement web, je peux affirmer que généralement les sites web utilisent un combiné de ces deux techniques. L'utilisation de techniques de white hat seulement ne donne des résultats que sur très long (cela dépend aussi du contenu du site). Quelques éléments de black hat permettent d'accélérer le résultat et d'avoir rapidement des informations à analyser.

1.3 Fonctionnement

Afin de bien comprendre le fonctionnement du SEO, il faut expliquer un autre principe : le Page ranking.

Définition du **PageRank** : Système de classement des pages Web mis au point par les fondateurs de Google. Chaque lien pointant d'une page à une autre est considéré comme un vote pour cette page. A cet indice s'ajoute une "note" selon la page qui contient le lien : les liens présents dans des pages jugées importantes par Google ont plus de "poids" et contribuent ainsi à "élire" d'autres pages. Autrement dit, il s'agit d'un critère mathématique qui permet de mesurer la popularité d'une page sur le Web. Cette note va de 0 à 10.

Tous les outils de SEO tendent à augmenter ce PageRank. On utilise différentes techniques qui augmentent la popularité d'un site.



Les éléments qui permettent d'augmenter le PageRank sont :

- le nombre de liens pointant vers son site
- le nombre de visites sur le site
- le temps moyen passé sur le site

Ainsi, dans le cadre de mon stage, j'ai agi sur les deux premiers éléments. Pour augmenter le nombre de visites, j'ai utilisé le référencement web. Et pour augmenter le nombre de liens pointant vers le site nous avons lancé une politique de partenariats avec des sites amis (non-visible pour l'instant sur le site).

Différentes stratégies possibles :

- stratégie qualitative : on sélectionne scrupuleusement les annuaires pertinents par rapport à la thématique du site à référencer et à leurs Page Rank (le Page Rank est l'indice de confiance attribué à un site par Google). Cela permet d'augmenter son propre Page Rank et de drainer vers son site une audience réellement intéressée par son contenu. En revanche, cela n'offrira qu'un nombre limité de liens retours et de visites.

-Stratégie quantitative : on cherche à se faire référencer par le plus grand nombre d'annuaires possible. Cela peut être très long à faire manuellement mais des robots existent bien que leur efficacité soit limitée. On obtiendra un grand nombre de liens retours et de visites mais de piètre qualité et pouvant faire baisser votre Page Rank.

- Politique de partenariats = échanges de liens

1.4 Référencement web

Le référencement est un levier de création de trafic ciblé. C'est l'outil de communication idéal pour générer des ventes en ligne.

Quelques chiffres :

- Jusqu'à 80% du trafic d'un site peut provenir des outils de recherche ;
- Les 10 premiers résultats reçoivent 80% de trafic par rapport aux pages 2 & 3 ;
- Plus de 60 % des recherches s'effectuent sur plus de 2 mots-clefs.

Le référencement web est une stratégie de **création de trafic** mais également de **réduction des coûts** publicitaires.

Pourquoi le référencement est important :

- être présent dans les outils de recherche
- figurer au minimum à côté des concurrents
- générer de nouveaux contacts

- attirer de nouveaux clients
- développer son image.

Avantages du référencement web :

- permet d'accroître le chiffre d'affaires
- permet de réduire les coûts d'acquisition des nouveaux internautes et/ou clients
- augmenter la notoriété du site.
- C'est un investissement minime si on compare cette stratégie de promotion aux instruments promotionnels plus traditionnels.
- Sur internet, pas de discrimination : une PME a autant de poids et de chances qu'une multinationale de figurer parmi les premiers résultats des moteurs de recherche.



Ci-dessus une image qui représente les moteurs de recherche qu'il faut cibler en priorité. Ils sont classés par ordre d'importance. On constate que google est le plus important au centre.

1.3.1 Ma mission de référencement

Le site de France Technologie ne bénéficiait d'aucun référencement web lorsque j'ai démarré mon stage. C'est l'une des principales raisons de mon recrutement. De plus, mon tuteur de stage avait conscience de l'enjeu du référencement sans forcément s'y connaître. Ainsi donc, c'était pour lui et pour moi une découverte.

J'ai donc débuté par un travail de familiarisation avec cet environnement. C'est-à-dire beaucoup de lectures, principalement des articles en ligne sur des sites spécialisés.

La seconde phase consistait en la préparation des textes, descriptifs et la sélection des mots clés les plus pertinents pour le référencement. Là, les premières difficultés sont apparues. D'abord il faut savoir que chaque annuaire ou moteur de recherche a des politiques différentes concernant les descriptifs de sites web. Notamment le nombre de caractères qui varie. Par exemple un site peut vous demander un descriptif de 2000 mots et un autre un descriptif de 200 mots. Sachant qu'il faut transmettre la même idée. Cet exercice relève du domaine du marketing en ligne. Quels éléments supprimer ? Quelle idée est la plus importante ? Cela implique de se mettre à la place de l'internaute et d'essayer d'être le plus objectif possible sur son propre travail. J'avoue avoir beaucoup apprécié cet exercice qui me paraissait similaire à du journalisme.

Pour ces textes, il m'a fallu réfléchir sur ce qui était essentiel. Voici les éléments qui me semblaient inévitables : des chiffres , l'expérience que l'on possède , notre réseau , notre domaine d'expertise et ce que l'on offre.

Pour la préparations de tous ces textes, j'ai utilisé un logiciel spécifique qui permet d'avoir tous les descriptifs et mots-clefs à disposition : RefHotkey



Le principe est simple. On crée différents modèles avec les éléments suivants :

- l'URL du site
- le titre du site
- une description courte (100 caractères)
- une description longue (2000 caractères)
- l'URL de l'image logo
- une adresse email valide

Une fois ces éléments renseignés, lorsque l'on a un formulaire de soumission de site à un annuaire, cela augmente la rapidité. Les manipulations sont beaucoup plus simple. Cela permet également de ne pas avoir à réécrire toujours le même texte.

Il existe aussi des logiciels qui possède une base de données d'annuaires. Ces logiciels vous enregistrent automatiquement dans tous les annuaires qu'ils connaissent. Je suis très critique face à ce type de logiciel car la plupart du temps il faut sélectionner une rubrique dans laquelle enregistrer son site. Cela permet d'améliorer la qualité des internautes visitant votre site web. Par qualité j'entends que les internautes qui viennent sur votre site sont intéressés. Ainsi ces logiciels qui vous promettent de gagner un temps conséquent, sont souvent des arnaques. Généralement leur base d'annuaires est erronée ou possède énormément d'annuaires inintéressants voir hors sujet.

En effet il faut être extrêmement vigilant sur les annuaires sur lesquels l'on s'inscrit. Pourquoi ?

- Un référencement sur des sites peu recommandables peu avoir l'effet inverse que celui recherché et faire baisser le Pagerank d'un site.
- Bien choisir ses annuaires , c'est déjà cibler ses clients
- Bien choisir les rubriques , c'est permettre aux clients de vous trouver plus rapidement et de diminuer le taux de rebond.

Le taux de rebond indique combien de personnes ont visité votre site et après quelques secondes l'ont quitté.

J'ai donc commencé le travail de référencement pur. Dans notre stratégie, il nous semblait pertinent de débiter avec les gros moteurs de recherche comme yahoo, google et bing. Lors du référencement dans ces moteurs de recherche, ceux-ci fournissent un code , c'est-à-dire une balise à mettre dans la programmation du site. Cette balise permet de donner accès au robot de ces outils de recherche au site. Le robot vient chercher les informations nécessaires au référencement. Google à lui tout seul représente 66% du trafic sur France technologie.





Après cette première phase d'inscription dans les moteurs de recherche les plus utilisés, j'ai axé ma campagne de référencement sur les annuaires en ligne. D'abord sceptique, car je connais peu de personnes qui en utilisent, je me suis néanmoins dit qu'au pire cela faisait plus de liens pointant sur notre site.

Pour ce faire, j'ai trouvé un logiciel qui possède une formidable base de donnée d'annuaires français ou internationaux : Submitwolf 8. Je pense que c'est le seul logiciel de soumission de sites utile car on peut sélectionner les annuaires et les trier selon des catégories. Seul inconvénient : le logiciel est payant.

Cependant je ne me suis pas laissé démonter, j'ai téléchargé une démo gratuite et ai commencé mon référencement manuellement. J'avais toute une liste que je recopiais dans un document excel et je référençais dans chaque annuaire un par un. C'est fastidieux mais cela permet d'être sûr de son référencement. Grâce à ce système, je savais que tout était parfait. Que ce soit la rubrique la plus adaptée ou le texte de longueur voulu..etc.

Suite à ce travail de référencement, nous avons pu analyser l'augmentation du trafic sur notre site. Cela m'amène à parler de la partie analyse de ma mission de stage.

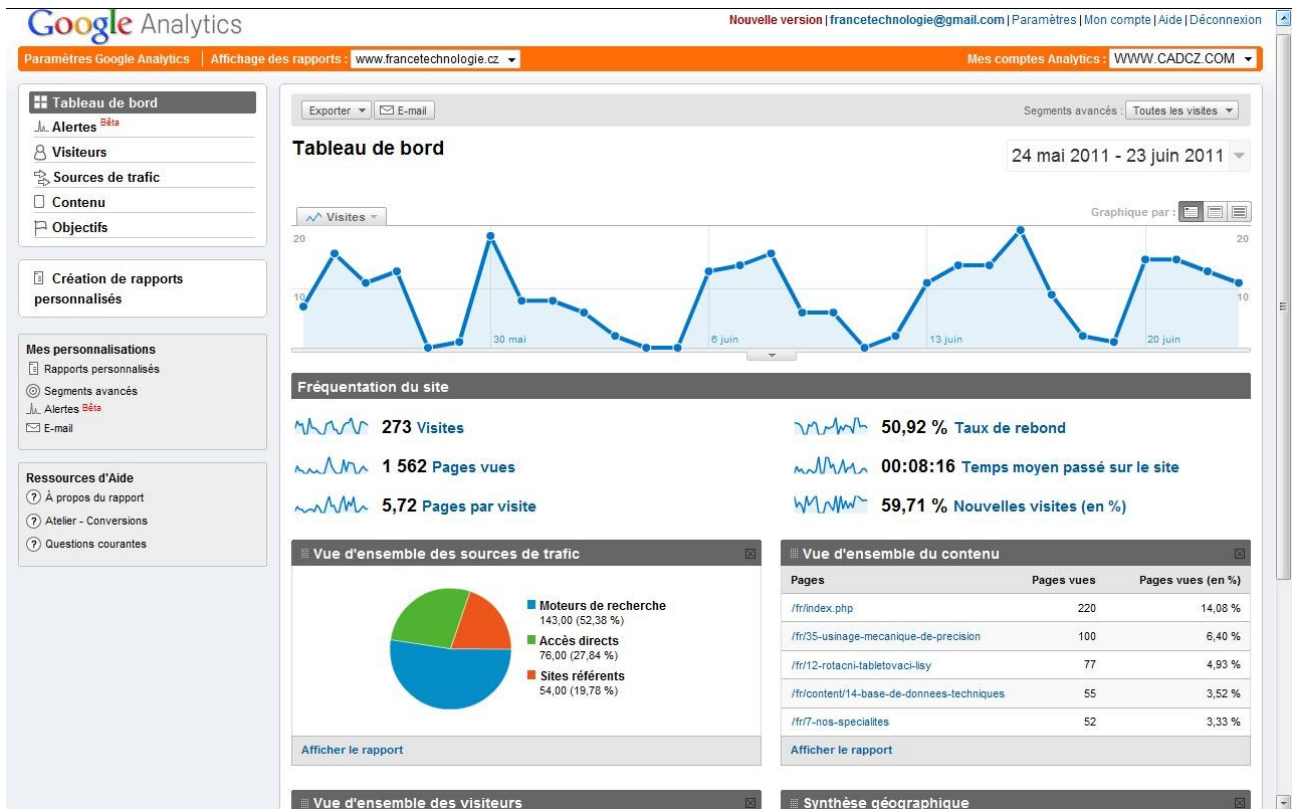
1.4 Analyse de l'impact du référencement

L'analyse de l'impact du référencement est décisive. Elle permet de préparer les prochains outils marketing et de voir comment le référencement peut être amélioré. Pour ce faire, nous avons utilisé deux outils qui ont presque le même but mais qui nous ont donné des perspectives différentes: Google analytics et Piwik.

1.4.1 Google analytics

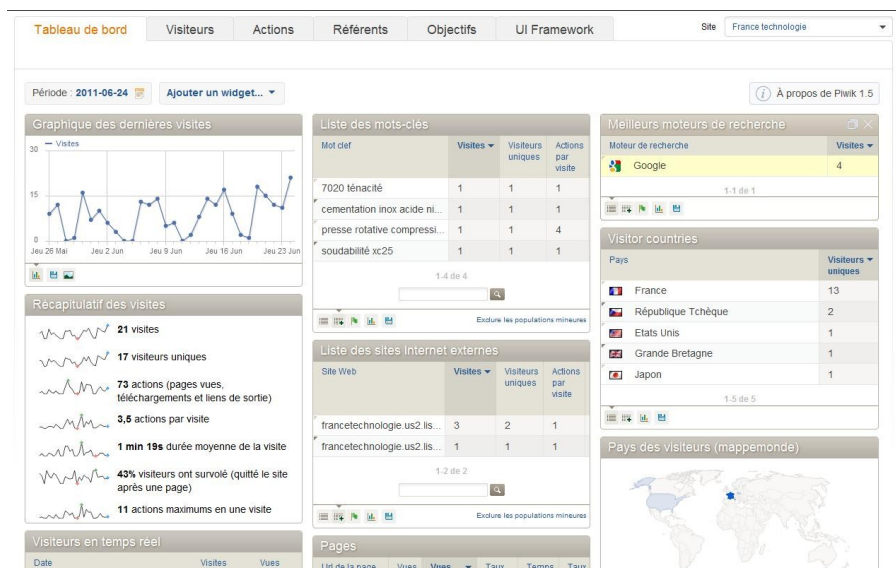
Cette application en ligne permet de recueillir des statistiques sur le trafic d'un site web. Notamment le nombre de visiteurs , les moteurs de recherche utilisés et la provenance des internautes.

Dans le cas de France Technologie, qui vient d'être lancé, les visites étaient de 4 à 5 en moyenne par jour avant le travail de référencement. Après deux mois de référencement et de mailing nous sommes à 12 visiteurs par jour. Nos résultats ont donc doublé. Même si la fréquentation ne semble pas importante, la variation démontre que l'impact du référencement est avéré.



1.4.2 Piwik

Piwik a sensiblement la même fonction que google analytics à la différence que l'on peut voir quelles pages l'internaute a visité et combien de temps il est resté sur chaque page. Ces données sont plus précises. Concernant France Technologie, on constate que notre taux de rebond est très élevé, ce qui n'est pas un bon signe. Cela signifie que les internautes qui arrivent sur notre site ne sont pas vraiment intéressés. On remarque également que la majorité des internautes passant plus de 5 minutes sur le site cherchent des produits ou services d'ordre technologique. On peut l'interpréter de différente façon. D'un côté, les produits technologiques comme des machines sont des produits très chers et c'est donc positif pour nous. De l'autre notre message concernant l'export ne passe pas bien. Après réflexion, l'explication optimiste me semble la meilleure.



2 E-business et e-commerce

« La notion d'e-business recouvre les différentes applications possibles de l'informatique faisant appel aux technologies de l'information et de la communication (TIC) pour traiter de façon performante les relations de communication d'information d'une entreprise telle qu'une PME avec des organisations externes ou des particuliers. Les technologies utilisées sont principalement celles de l'internet du web. »



Agence wallonne des télécommunications

Cette définition, bien que pertinente, me semble un peu floue. Je donnerai donc ma propre définition qui, je l'espère, éclaircira un peu votre compréhension:

L'e-business, c'est la gestion de toutes les relations de l'entreprise via les nouvelles technologies. Il peut s'agir de relations marchandes (ventes à des clients) ou non-marchandes (échanges d'informations).

Plus spécifiquement il y a le commerce électronique qui représente un cas particulier de l'e-business. Il concerne l'utilisation de supports électroniques pour tout ou une partie des relations commerciales entre une entreprise et les particuliers:

- publicité,
- présentation de catalogue,
- commande en ligne,
- paiement électronique,
- distribution.

Historique du e-commerce :

- 80's : Premières transactions BtoC (Business to customer = entreprise au consommateur)
- Début des 90's : arrivé d'internet dans les foyers
- 1996 : Premiers paiements en ligne mais les entreprises sont encore réticentes à se lancer dans ce nouveau canal de distribution qu'elles jugent trop immature.
- Fin des 90's : Un nouveau challenge pour les entreprises : banaliser l'acte d'achat sur internet. En parallèle, le e-commerce fait face à de nombreux obstacles dont la peur du paiement en ligne. Le panier moyen reste faible.
- 2000's : démocratisation massive d'internet et du e-commerce. La pratique se banalise et le e-commerce permet de bonnes affaires. De plus, les outils informatiques se perfectionnent le secteur professionnel se structure de plus en plus.

3 La boutique en ligne

Une de mes missions de stage m'a conduit à m'occuper de boutiques en ligne, le support principal du e-commerce.

Pour ce qui est de notre site web France Technologie et des différentes boutiques en ligne que nous développons, le choix a été fait d'utiliser Prestashop, un logiciel de e-commerce qui permet de créer rapidement et simplement une boutique en ligne. J'ai pu participer à la refonte entière du site, ce qui signifie que nous sommes repartis de 0 ou presque car nous avons déjà un peu de contenu.



La première étape fut pour moi de me familiariser avec le logiciel. L'interface est assez simple et intuitive. Prestashop centralise plusieurs fonctionnalités essentielles au commerce en ligne :

- un catalogue de produits qui permet de les classer selon un nombre voulu de catégories et sous-catégories.
- Gérer les fournisseurs et fabricants
- Un répertoire des clients
- Un module de suivi des commandes (factures, bons de livraisons...)
- Un module pour les paiements (devises, taxes, règles de taxes et bons de réduction...)
- Une gestion de transport (calcul du coût de transport, moyens de transport...)
- Des outils statistiques afin de préparer des bilans
- Une gestion simplifiée des employés



Pour ma part, j'ai surtout géré tout ce qui concerne le catalogue et les modules de design du site web. Mon défi était de présenter notre activité de manière simple et compréhensible. J'ai d'abord repensé l'esthétique du site qui était à mon goût trop simpliste et n'inspirait pas le professionnalisme qui est le nôtre. Ainsi, j'ai modifié le thème d'apparence du site, des couleurs un peu plus foncées me paraissaient mettre en évidence nos textes.

Ensuite j'ai refait le logo qui donnait trop de détails et ne remplissait pas vraiment une fonction de logo. C'était plus une bannière explicative. J'ai fait le choix d'un logo épuré résumant en une phrase les activités de France Technologie.

Ce remaniement esthétique terminé, je me suis consacré à définir notre concept de manière claire. Les idées initiales étaient peu structurées et demandaient un travail de structuration approfondi. J'ai longtemps réfléchi sur la meilleure façon de présenter les activités et, ayant observé beaucoup de sites concurrents, j'ai pensé qu'une structure en arborescence était le meilleur choix. L'import export signifie Acheter et Vendre. J'ai donc débuté mon arborescence par ces deux mots de bases. Voici le résultat de ma réflexion (attention ce n'est pas le résultat final visible sur le site)

Acheter

<p>Savoir-faire technique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mission de prospection export • Recherche de site industriel • Inspection de marchandises 		<p>Produits:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bureau d'achat (produits techniques) • Presses à comprimer
---	--	--

Vendre

<p>Kit export PME PMI :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ÉTAPE 1: Représentation commerciale et création d'une boutique en ligne • ÉTAPE 2: Développement et animation des réseaux commerciaux. • ÉTAPE 3 : Proposition d'une stratégie commerciale • ÉTAPE 4 : Mise en place de la structure commerciale sur la République Tchèque <p>Réalitions : SVIAC , Pecu bageta, Popelnice</p>	<p>Accompagnement personnalisé de l'implantation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la gestion des partenaires locaux • le recrutement • la stratégie commerciale pour le pays • Appuie juridique 	<p>E-commerce en tchéquie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de sites internet tchèques • Gestion des nouveaux clients
--	---	--

Pour donner un ordre d'idée, toutes ces activités n'étaient ni classées et peu expliquées. On imagine donc l'internaute intéressé se perdre très vite dans la masse d'informations.



Le mot « acheter » implique bien évidemment import (attention, je me place dans la perspective d'une entreprise française). L'arborescence qui en découle présente toutes les activités liées à l'import que France Technologie peut réaliser pour l'entreprise.

- On a premièrement tout ce qui concerne un savoir-faire, c'est-à-dire une compétence que l'on possède.
 - Mission de prospection import : notre expertise permet à l'entreprise d'avoir un regard global et objectif sur l'intérêt que peut présenter le tissu industriel de tel ou tel autre pays. Nous définissons tout d'abord avec le client un cahier des charges très strict reprenant notamment le profil des cibles à prospector et la liste des informations à récolter. En ce qui concerne cette activité, France technologie étant une jeune entreprise nous n'avons pas encore d'exemples concrets. Je dois avouer que cela est une de nos faiblesses, ce manque de cas concrets.
 - **Recherche de site industriel** : nous faisons du sur mesure pour chaque clients. Ainsi, si un client recherche seulement quelque chose de précis nous pouvons nous adapter. La recherche d'un site industriel en est un exemple précis. Il s'agit simplement de trouver des locaux. Je suis convaincu que la flexibilité démontrée par cette activité et notre capacité à nous adapter à chaque situation sont des forces pour France Technologie. Une structure simple bénéficiant d'un réseau dense.
 - **Inspection de marchandises** : l'importation depuis un pays étranger comporte toujours quelques risques. Parmi ceux-ci , celui de recevoir une marchandises non conforme à ce qui a été demandé. Le cas peut arriver facilement lorsque il s'agit de minuscules pièces mécaniques dont il existe des milliers de variantes. Autre risque celui d'une marchandise cassée ou endommagée, généralement il existe des assurances et les rôles de chacun sont bien définis. Cependant une inspection de marchandises est parfois utile et judicieuse. Elle permet d'éviter des retours de marchandises. France Technologie se propose de vérifier la conformité des produits demandés à la place des clients (qui ne sont pas dans le pays).

Cette activité découle logiquement de l'expérience acquise par M. Michaud dans le domaine technologique.

- Le second pan de notre activité d'import concerne plus directement les produits :
 - **Bureau d'achat** : c'est l'activité historique de l'entreprise et le domaine dans lequel France Technologie a le plus d'expérience. Cela s'adresse aux entreprises françaises désireuses d'importer des produits, des machines, des matières premières en provenance des pays de l'Est. France Technologie assiste le client dans ses négociations avec les fournisseurs d'Europe de l'est. Cela consiste d'abord à vérifier la capacité de production, la capacité à contracter et celle à exporter du partenaire. Ensuite il y a la négociation des

conditions d'achat (prix, délais, conditions de paiement) , la préparation du contrat, la gestion des plannings de livraison et la mise à disposition de solutions juridiques.



- **Machines à comprimer** : ici nous rentrons dans des détails techniques qui ne sont pas de ma compétence, aussi je vais m'abstenir de tout détail.

Structurer toutes ces idées liées à l'import ne fut pas simple. Premièrement parce que, personnellement je n'avais aucune compétences dans ce domaine. Ensuite parce qu'il est difficile de structurer un concept déjà flou à la base. A force de discussions , de suggestions avec mon tuteur de stage M. Michaud, nous sommes parvenu à ce résultat qui nous satisfaisait tous les deux. Il faut ajouter que lui est plutôt technicien (ingénieur de formation) et moi plutôt littéraire. Nous avons donc des points vue différents. Cela dit, avec le recul, je regarde cette opposition comme un point positif. En effet, en confrontant nos idées nous avons réussi à allier caractéristiques techniques et explications claires. Chose qui est assez rare si l'on prête attention à plusieurs concurrents. Ce fut aussi une de mes pistes de recherche. Voir comment les concurrents définissent leur concept.

Concernant l'arborescence de notre activité export, les choses étaient assez claires. Notamment le kit export, sur lequel M. Michaud a bien détaillé son concept et ses idées. Pour ce qui est de l'accompagnement personnalisé, ce fut plus compliqué. L'idée, c'était de proposer un kit export mais beaucoup plus développé à destination des entrepreneurs sûrs de leur choix de se lancer sur le marché tchèque et ayant un capital important. Entre nous, nous parlions d'un kit lourd mais cela restait à définir de façon plus concise. J'ai donc repris les dernières étapes du kit export et les ai détaillées pour en faire émerger quelque chose de différent.

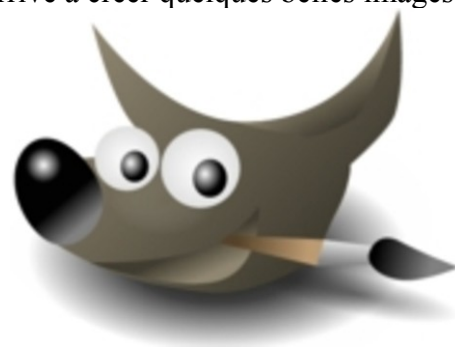
Par la suite, M. Michaud m'a aussi demandé de mettre en avant l'idée de e-commerce en République Tchèque qui est une part importante de notre activité. J'ai donc inclus toute une catégorie à ce sujet dans la rubrique export puisque notre proposition de e-commerce est plus à destination des entreprises françaises.



4 Retouche d'image

Autre tâche qui m'a été confiée, la retouche d'image. En effet, lors de la construction d'un site web l'élément visuel est primordial. Un internaute ne s'attardera jamais à lire un texte très long. Il y a une certaine présentation à avoir et le visuel est très important. C'est ce que la personne va voir en premier et ce qui va lui donner envie de s'intéresser au contenu texte. Ainsi un bon équilibre entre contenu texte intéressant et éléments interactifs (images, vidéos..etc) est la recette d'une page web populaire.

Pour ce faire j'ai utilisé un logiciel open source de retouches d'images : The Gimp. C'est un logiciel assez complexe même si il reprend les éléments de base du travail d'image. Son avantage principale est qu'il est gratuit et qu'il possède tout ce dont nous avons besoin pour de la création professionnelle. Je dois avouer que j'ai mis un certain temps à m'habituer à l'interface et aux fonctionnalités. Il m'a fallu expérimenter plein de choses , lire beaucoup de tutoriaux en ligne et consulter des forums. Cela dit, une fois cette phase passée, on arrive à créer quelques belles images.



Les missions qui m'ont été confiées :

- Un nouveau logo comme bannière principale sur le site
- Diverses images accompagnant le contenu texte pour le mettre en valeur

4.1 Un nouveau logo

Un logo, c'est comme un titre et une carte de visite. Il faut que cela attire l'œil , que le design soit simple et qu'il présente les activités de l'entreprise en 2 mots.

Voici l'ancien logo :



PME-PMI:EXPORTONS NOS PRODUITS EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

Les atouts français:

- Savoir-faire concurrentiel
- Innovation technologique
- Performance des équipes ,réactivité,flexibilité

www.francetechnologie.cz

Voici le nouveau logo :



France technologie

Votre partenaire import export en Tchéquie

www.francetechnologie.cz

5 Gestion d'une CRM et mailing

5.1 CRM

CRM signifie en anglais : Customer relations management. En français on parle de gestion de relation client.

Voici une définition qui me semble correspondre parfaitement à tout ce qu'englobe la CRM : *«La GRC est l'ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser en leur offrant le meilleur service.»**

On utilise un logiciel qui centralise toutes les données et les outils relatifs aux clients. Concernant France Technologie, M. Michaud a fait le choix d'une CRM open source (gratuite) qui, une fois installée est accessible en ligne : Vtiger.



Ce logiciel nous permet :

- de gérer des campagnes (ce qui équivaut à des projets)
- d'avoir tous les contacts centralisés et de pouvoir les trier selon différents mots-clefs
- de gérer le service après vente
- de lancer des campagnes de mailing

Pour ma part, je me suis familiarisé avec la gestion des contacts. Comment gérer efficacement plusieurs milliers de contacts ? L'autre part importante fut le mailing. Cependant, avec Vtiger, on ne peut envoyer qu'une centaine d'e-mails à la fois. Ce qui peut rapidement devenir fastidieux lorsque vous avez 360000 adresses à qui envoyer votre mail. J'ai néanmoins démarré comme cela pour les premières 300 personnes à contacter. Je créais d'abord un modèle de lettre que j'enregistrais dans la CRM. Ensuite, je sélectionnais mes contacts grâce à l'utilisation d'un filtre. Et j'envoyais le mail à tous.

Par la suite, avec M. Michaud nous avons cherché à améliorer notre mailing, notamment en cherchant d'autres logiciels ou applications en ligne permettant d'envoyer plus d'e-mails. Nous avons trouvé une application en ligne particulièrement intéressante: Mailchimp.com

Ce site web permet d'envoyer plus de 1000 mails en une fois. Il possède également des outils d'analyse particulièrement utiles. Ainsi on peut consulter certaines statistiques comme le nombre de personnes ayant ouvert le mail ou le nombre de personne l'ayant supprimé directement.



Ci-dessus, nous pouvons voir un exemple d'un rapport de mailing qui montre les possibilités du logiciel en ligne.

Pour France Technologie, à nos débuts, nous avons envoyé 2000 mails environ. J'étais curieux de voir combien de personnes allaient l'ouvrir. Et, force est de constater que le pourcentage est très faible. Notre mail me semblait vraiment une proposition sérieuse et j'étais convaincu que les gens liraient au moins le mail. Cependant, ce travail de mailing a quand même généré du trafic sur le site car on constate une augmentation du nombre de visiteurs.

Conclusion

Le recul que j'ai pris depuis la fin de mon stage me permet d'en tirer un bilan très positif. J'ai énormément appris dans des domaines très variés et dans lesquels je n'avais aucune expérience. Conscient que l'avenir du commerce en ligne est encore devant lui, je considère cette expérience professionnelle comme extrêmement utile.

En effet, même si ce n'est pas le domaine précis dans lequel je voudrais travailler, cela constitue un enrichissement de mon CV que je pourrais sûrement faire valoir comme un atout dans ma future recherche d'emploi.

J'ai apprécié l'autonomie que j'avais dans mon travail. C'est définitivement quelque chose que j'espère pour ma future carrière. Le fait de pouvoir organiser son travail et de ne pas avoir à répondre à trop de hiérarchie. On sait ce que l'on a à faire et on le fait à notre façon.

Outre l'autonomie, j'ai également apprécié cette immersion dans le commerce en ligne et notamment le fait de savoir tout ce qui se passe derrière ce que l'on voit en tant qu'internaute. Par cela, j'entends tout ce qui touche à l'analyse du comportement des internautes et le suivi de l'actualité du e-commerce. C'est très prenant, parfois même un peu trop.

Je dois cependant avouer que passer la journée devant un ordinateur à travailler n'est pas pour moi. J'ai vraiment besoin de bouger, d'être plus actif. De plus, dans le domaine du e-commerce, il y a toujours quelque chose à faire ou à améliorer et les meilleurs sites web sont ceux sur lesquels les webmasters ont passé le plus temps. Il n'y a pas de secret, pour du résultat, il faut investir avant tout son temps.

Ainsi, concernant mon projet professionnel, je suis très satisfait d'avoir cette expérience mais je garde en tête mon objectif qui est de travailler dans le domaine du commerce équitable. Évidemment, cela n'est absolument pas incompatible avec l'e-commerce. C'est aussi pour cette raison que ce stage m'est vraiment utile.

Concernant la poursuite de mes études, j'avais envisagé un SVE (service volontaire européen) à partir de septembre mais les missions qui m'ont été proposées ne calquaient pas avec le calendrier que je voulais. Ainsi, j'ai donc décidé de continuer mes études en master en essayant de me spécialiser dans le commerce équitable ou les formations tournées vers les ONG.

Annexes

- Annexe 1 : Comparaison de l'ancien et du nouveau site web de France Technologie
- Annexe 2 : Exemple de mailing envoyé à des potentiels clients français

Annexe 1 : Comparaison de l'ancien et du nouveau site

The screenshot shows the old website layout. At the top left is the SVIAC logo with the tagline 'Une gamme complète de machines à comprimer alliant haute technicité et souplesse d'utilisation'. Navigation links include 'contact', 'plan du site', and 'favoris'. A search bar is located at the top right. The main content area features a blue header with navigation tabs: 'Accueil', 'Développement', 'Petite et moyenne série', 'Grande série', 'Haute cadence', 'Multi-couche', and 'Votre interlocuteur'. Below this, a 'CATÉGORIES' sidebar lists various machine types. The main product section is titled 'SVIAC RP 2080' and includes a photo of the machine and a description: 'L'indispensable pour la R&D, cette machine bénéficie des dernières avancées technologiques qui en font la plus polyvalente de sa génération.' A 'Live Support' chat widget is visible on the right.

Ancienne version du site

The screenshot shows the new website layout. The top navigation bar is blue with a search bar and the text 'Rechercher'. Below this is a large blue banner with the text 'France technologie' and 'Votre partenaire import export en Tchéquie', along with the website URL 'www.francetechnologie.cz'. A secondary navigation bar contains links: 'Accueil', 'Contact', 'Exporter en Tchéquie', 'Importer de Tchéquie', 'E-commerce en tchequie', 'Presse a comprimer', and 'Données techniques'. The main content area features a 'CATÉGORIES' sidebar, a central banner titled 'LES ÉTAPES POUR EXPORTER' with sub-sections 'SE PRÉSENTER', 'SE FAIRE CONNAÎTRE', and 'VENDRE', and a 'Kit export pour les PME-PMI' section. A 'Live Support' chat widget and a 'NEWSLETTER' sign-up form are also present. The footer includes a city skyline graphic and various links and social media information.

Nouvelle version du site

Annexe 2 : Mail de contact avec de potentiels clients



Madame, Monsieur,

Fort de **15 ans d'expérience** dans le développement industriel et riche d'un réseau de plus de **3000 contacts** en Tchéquie, France technologie est un expert du marché tchèque.

Suite à des échanges avec la mission économique de Prague (Ubifrance), nous nous dirigeons vers vous pour vous proposer de lancer votre activité en République Tchèque.

Le pays présente de nombreux avantages et vos produits semblent parfaitement adaptés au marché tchèque. La Tchéquie est un pays industriel par excellence: un secteur automobile puissant et de nombreuses entreprises internationales qui y implantent leurs usines de fabrication.

Notre proposition est simple : construire un **site web tchèque** pour vos produits et voir si le potentiel produit est avéré. Dans les deux cas vous êtes gagnant. Si vos produits se vendent bien nous pouvons **poursuivre notre collaboration** de manière plus complète, sinon votre **présence sur le marché tchèque est tout de même assurée**. En outre, le **coût d'une boutique en ligne est minime** et vous permet de faire vos premiers pas sur le marché tchèque en toute sécurité.

Pour plus d'informations sur notre expérience et notre démarche n'hésitez pas à consulter notre site :

www.francetechnologie.cz

Dans l'attente d'un contact prochain, veuillez agréer , Monsieur Madame l'expression de nos sentiments distingués,

L'équipe de France technologie !

Votre interlocuteur :

Olivier Michaud
+420602429381
olivier.michaud@francetechnologie.cz
skype : provykova