



Université de Fribourg, Suisse
Département de sciences économiques et sociales
Chaire des systèmes d'information

Create your own eShop

Quel progiciel de gestion intégré est approprié pour mettre en place un eShop?

Direction du travail:
Dr. rer. pol. Stefan Hüsemann

Auteur:
Sara D'Onofrio
08-213-787
Bernstrasse 21a
3110 Münsingen
sara.donofrio@unifr.ch

Münsingen, 19.12.2010

Résumé

Dans ce travail, nous définirons tout d'abord ce qu'est un eShop, puis nous verrons d'une part les exigences d'un eShop, mais également celles des clients et des offreurs. Une fois les exigences définies, l'eShop peut être installé. Le but est de trouver un eShop approprié pour l'idée commerciale. On a le choix entre trois progiciels de gestion intégrés, qui sont mis gratuitement à disposition sur Internet. L'installation d'un eShop concerne le travail de séminaire de Pascal Gerber, mon partenaire. Il traite le niveau technique d'une réalisation d'un eShop. Mon travail se concentrera plus sur le contenu d'un eShop. Après l'analyse de l'installation et du contenu de chacun des trois eShops, nous dirons quelle proposition est la meilleure pour l'implantation d'un site commerciale.

Mots-clés

- Systèmes d'information
- Progiciel de gestion intégré
- eShop
- Internet
- Open Source

Table des matières

Résumé	2
Tables des illustrations	4
1. Introduction	5
2. eShop	6
2.1. Définition	6
2.2. Fonctionnalités	6
3. Exigences envers l'eShop	8
3.1. Idée commerciale	8
3.2. Exigences du point de vue des clients	8
3.3. Exigences du point de vue des offreurs	9
3.4. Use Case	9
4. Les trois progiciels de gestion intégrés choisis	11
4.1. Progiciel de gestion intégré	11
4.2. Bigware Shop v2.0	11
4.3. FWPshop v4.0	11
4.4. PhPepperShop v1.4	12
5. L'analyse des trois progiciels de gestion intégrés du niveau de contenu	13
5.1. Démarche de l'analyse	13
5.2. Bigware Shop v2.0	13
5.3. FWPshop v4.0	16
5.4. PhPepperShop v1.4	18
6. L'analyse de SWOT	21
6.1. L'analyse de SWOT	21
6.2. Bigware Shop v2.0	21
6.3. FWPshop v4.0	22
6.4. PhPepperShop v1.4	23
6.5. Suggestion	24
7. Conclusion	25
8. Bibliographie	27
9. Notes annexe	28
9.1. Use Case	28
9.2. Complément du 4 ^{ème} chapitre	34

Tables des illustrations

Figure 1 : barre de menu sur le Storefront de Bigware Shop v2.0.....	13
Figure 2 : enregistrement de Bigware Shop v2.0.....	14
Figure 3 : choix de la livraison de Bigware Shop v2.0	14
Figure 4 : choix du paiement de Bigware Shop v2.0.....	14
Figure 5 : barre de menu sur le Backfront de Bigware Shop v2.0	15
Figure 6 : page d'accueil de FWPshop v4.0.....	16
Figure 7 : enregistrement de FWPshop v4.0.....	16
Figure 8 : page d'accueil sur le Backfront de FWPshop v4.0	17
Figure 9 : page d'accueil de PhPepperShop v1.4	18
Figure 10 : inscription de PhPepperShop v1.4.....	19
Figure 11 : enregistrement de PhPepperShop v1.4.....	19
Figure 12 : barre de menu de PhPepperShop v1.4	20
Figure 13 : gestion de clients de PhPepperShop v1.4	20

1. Introduction

L'internet est un élément important de notre société, que tout le monde utilise; acheter en ligne est devenu très répandu. Afin d'atteindre tous les groupes de clients, les offreurs doivent l'utiliser. C'est un moyen important pour rester compétitif sur le marché. En pratique, comment cela se passe-t-il?

Dans mon travail, la manière dont une entreprise s'implante sur Internet sera démontrée par un eShop fictif. On a le choix entre un progiciel de gestion intégré et un développement propre, je me suis limitée à un progiciel de gestion intégré. Enfin, le travail de séminaire montre comment il est possible de mettre en place un eShop par quelqu'un qui n'a pas forcément des connaissances préalables. A quoi doit-on faire attention en réalisant un eShop? Quelles complications peuvent apparaître? Faut-il avoir nécessairement des connaissances préalables? Combien de temps cela prend-il? Ces aspects seront traités et développés.

Le marché offre un grand panel de progiciel de gestion intégré. Pour la réalisation de ce travail, je me suis centrée sur trois d'entre eux qui sont gratuits. L'objectif de cette étude est de choisir la meilleure version entre nos trois progiciels de gestion intégrés et de donner de bons conseils pour la création d'un eShop.

Bien sûr ce travail ne couvre pas toute la gamme des mises en œuvre possibles, mais il démontre néanmoins les difficultés qu'on peut rencontrer en réalisant un eShop. Pour garantir que le travail soit bien traité, je travaille avec Pascal Gerber. Il examine la première partie du thème «quel progiciel de gestion intégré est approprié pour mettre en place un eShop?» et moi, je fais la suite. Son travail contient les aspects d'une installation avec tous ses éléments et mon travail implique les aspects du contenu du site. Ce qui veut dire que je ne traite que du niveau fonctionnel d'un eShop et que j'analyserai les progiciels de gestion intégré choisis avec des critères fonctionnels et non-fonctionnels. Enfin, le but est de donner une suggestion, si possible, unique. Ainsi, pour garantir l'intégralité de la suggestion, je fais des renvois au travail de Pascal Gerber.

Pour compléter ce travail on trouve à la fin une liste de contrôle avec des conseils sur le choix général d'un progiciel de gestion intégré.

La définition de plusieurs notions, qui peut-être ne s'expliquent pas eux-mêmes, se trouve dans le glossaire dans le travail de séminaire de Pascal Gerber.

2. eShop

Ce chapitre permet de définir la base de mon travail. Pour comprendre l'idée commerciale de mon partenaire Pascal Gerber et de moi-même, il est utile de savoir ce qu'est un eShop et comment il se construit.

2.1. Définition

Un shop électronique (souvent appelé boutique en ligne ou Onlineshop) est un système logiciel qui est basé sur le web. Grâce à cela, des produits et des services sont mis en vente, des offres sont créées, des commandes sont reçues ainsi que des livraisons et des modalités de paiement sont traitées. C'est un shop électronique qui permet d'effectuer des transactions. Une définition ressemblante se trouve dans le livre de [Meier & Stormer 2008, page 4].

Les shops électroniques sont souvent liés avec la section de l'E-Business. L'E-Business (commerce électronique) est caractérisé par le traitement numérique des processus des transactions entre l'offre et la demande et est généralement présenté comme un E-Commerce [Gabler 2010]. Il s'agit d'un échange de services entre les opérateurs avec l'aide de réseaux de communication publics ou privés pour atteindre une valeur ajoutée. Ainsi, c'est un échange de prestations de services et d'obligations de paiement, mais aussi de préparations, de négociations et de services supplémentaires après l'acquisition. [Meier & Stormer 2008, page 2]

Des entreprises (Business), des institutions publiques (Administration) et des consommateurs privés (Consumer ou Citizen) se présentent en tant que fournisseurs ou acheteurs. Il existe neuf options commerciales possibles [Meier & Stormer 2008, page 2].

Par exemple, Consumer-to-Consumer (C2C), dans lequel les consommateurs privés offrent aux consommateurs privés des biens et des services, ou encore Administration-to-Business (A2B), dans lequel les institutions publiques offrent des services aux entreprises.

Nous nous limitons à une seule option, la relation de Business-to-Consumer (B2C), dans laquelle une entreprise offre aux consommateurs privés des biens et des services.

Ce qu'il faut atteindre dans cet échange est que la relation commerciale électronique apporte une valeur ajoutée, que ce soit sous une forme d'une contribution monétaire ou incorporelle.

2.2. Fonctionnalités

Chaque shop se compose d'un Storefront et d'un Backfront. Les clients en ligne n'ont que l'accès au Storefront. Les propriétaires du shop ont en plus l'accès au Backfront sur lequel ils administrent toutes les tâches [Meier & Stormer 2008, page 4]. Autrement dit, il y a une plate-forme où les fournisseurs présentent leurs produits ou services et sur laquelle les personnes intéressées ont la possibilité d'obtenir des informations du produit. Une gamme complète de produits est présentée au client. Une fois informé, le client se décide s'il veut ou non acheter le produit sur le Storefront. Concernant le Backfront, les fournisseurs inscrivent des produits et des services dans le catalogue et définissent les différentes modalités d'ordres et de paiement d'achat.

Selon [Meier & Stormer 2008, page 5/6] ces fonctions principales font parties d'un eShop :

(1) *L'enregistrement des clients en ligne*

Sur une plate-forme, le visiteur peut obtenir des informations sur les produits et les services. S'il décide d'acheter un produit, il va créer un profil d'utilisateur. Ses données personnelles lui seront demandées et il pourra définir ses modalités de paiement et de livraison.

(2) *Les profils de client et l'administration de la clientèle*

Une base de données contient toutes les informations des utilisateurs enregistrés. Avec ces informations, on essaie de segmenter la clientèle. La segmentation permet de proposer des offres qui sont ciblées sur les besoins des clients. Il est important de noter que les règles de communication et d'information souhaitées par le client seront prises en compte et bien évidemment respectées.

(3) *Le catalogue de produits avec le catalogage*

Les produits et les services sont saisis dans le catalogue de produits. Ces derniers sont présentés avec ou sans prix. Le prix est déterminé à partir de l'offre qui dépend des remises possibles faites au client. Afin que l'eShop soit plus ergonomique, les produits sont regroupés en catégories. Ainsi, la recherche d'un produit se simplifie et la recherche d'informations pour un client devient plus confortable.

(4) *La gestion d'offre et de commande*

Cette fonctionnalité permet de créer des offres et d'acheter des produits et des services. Le panier électronique est un outil qui permet de réserver les produits et les services sélectionnés et, si nécessaire, d'afficher le prix total avec l'escompte.

(5) *Les modalités paiement*

Si le client est satisfait de sa commande et accepte les différentes modalités de livraison, il peut activer le bouton pour acheter ses produits sélectionnés. Soit un processus de paiement va s'afficher soit il va être comptabilisé directement (par exemple un paiement par carte de crédit).

(6) *Les options de livraison*

Selon l'offre du propriétaire d'eShop, les produits et les services sont obtenus en ligne ou envoyés au domicile du client par correspondance. Le temps de livraison d'un bien varie.

(7) *Les mesures pour la fidélisation de la clientèle*

Il est important de maintenir le contact avec la clientèle en l'informant régulièrement et avec un service après-vente adéquat.

3. Exigences envers l'eShop

Les points principaux de ce chapitre sont l'historique de l'idée commerciale d'une boutique électronique pour des flip-flops et les exigences envers cet eShop. Tout d'abord les exigences des clients seront définies, puis celles des offreurs.

3.1. Idée commerciale

«Nous devons utiliser toutes les occasions que la vie nous donne», telle est la devise pour le travail de séminaire. Comment peut-on relier deux branches (la gestion d'entreprise et l'informatique de gestion) tout en créant quelque chose d'utile pour l'avenir ?

L'inspiration pour ce travail a été donnée d'une part par le cours de systèmes d'information et d'autre part par le Nike-Store¹ dans lequel on peut acheter et individualiser des chaussures Nike. Pourquoi ne pas fonder soi-même un eShop ?!

Nous considérons un eShop. Celui-ci offre des flip-flops en différents couleurs et tailles et dans différents collections. Si un client veut acheter des produits, il les sélectionne pour les mettre dans le panier. Ensuite il doit se connecter sur le site, si c'est le premier achat, il doit s'enregistrer et créer un compte. Puis il décide comment il veut payer et comment sa commande doit être livrée. Pour cela, il a le choix entre des variantes prédéfinies de mode de paiement et de types de livraison. Quand il a confirmé la commande, il trouve après quelques jours un paquet avec ses flip-flops dans sa boîte aux lettres.

L'idée étant là, il faut maintenant la développer. A une date ultérieure, il y aura la possibilité d'individualiser les flip-flops. Pour cela le progiciel de gestion intégré doit ou bien avoir des outils disponibles qui le permettent ou bien offrir une interface pour intégrer les modules développés eux-mêmes.

3.2. Exigences du point de vue des clients

En utilisant les fonctionnalités [cf. chapitre 2], les exigences envers des clients seront clarifiées. Le site sur lequel le client se connecte est compréhensible, car les informations du produit sont faciles à trouver. Grâce à un catalogue avec les produits, le client a très rapidement accès aux informations qu'ils l'intéressent.

Le client ne doit s'enregistrer que s'il décide d'acheter quelque chose. Le processus d'enregistrement est simple. Les données qu'il indique sont inscrites dans un cadre respectant les consignes liées à la protection de la vie privée.

Le client peut choisir le mode paiement (par carte de crédit ou par une facture) ainsi que les options de livraisons (par poste ou par enlèvement contre paiement comptant) qu'il préfère.

Pour que le client soit informé continuellement des offres après un achat, il a la possibilité de recevoir régulièrement des informations sur des produits sans avoir des publicités intempestives. En bref,

¹ http://store.nike.com/de/de_DE/?sitesrc=DELP_IDNS#l=shop,nikeid (dernier accès: 02.10.2010)

le site de l'eShop est construit de sorte que chaque client peut accéder directement à la page dont il a besoin.

3.3. Exigences du point de vue des offreurs

Le site de l'administration est simplement conçu. Cela signifie que l'offreur sait utiliser le logiciel grâce à sa construction. Tous les changements que l'offreur veut effectuer sont possibles et ne causent pas de complications supplémentaires.

Ensuite le logiciel offre une interface pour l'intégration des agrandissements. De plus, il a la possibilité de changer la structure du site si la clientèle n'en est pas satisfaite. Les catalogues sont rapidement créés, remplacés ou prolongés. Les stocks dans les groupes de produits sont enregistrés correctement. Les produits sont acheminés très rapidement chez le client.

L'offreur a accès à toutes les données de sa clientèle qui sont flexibles, utilisables et cessibles à tout changement de système. L'enregistrement du client s'assimile pleinement dans le processus de commande, de sorte qu'aucun obstacle n'est présent pour le client. Cela encourage la fidélité des clients et conduit à un faible taux de désabonnement.

Des systèmes de paiement fiable garantissent le déroulement d'un acte d'achat sans difficulté. Une partie intégrante de l'eShop est la diversité des options de paiement ; comme paiement anticipé, paiement par carte de crédit ou PayPal². Une mise en réseau directe avec le système de transport assure une livraison des produits rapide pour l'acheteur.

Le but est de consolider la fidélité des clients en assurant le fonctionnement de son eShop. Si les clients sont satisfaits, ils reviendront sur le site. S'ils reviennent, ils achèteront d'avantage de produits. En achetant plus de produits, le profit augmente. En résumé, l'eShop est conçu de sorte que l'offreur peut cesser de faire ses offres et peut satisfaire sa clientèle.

3.4. Use Case

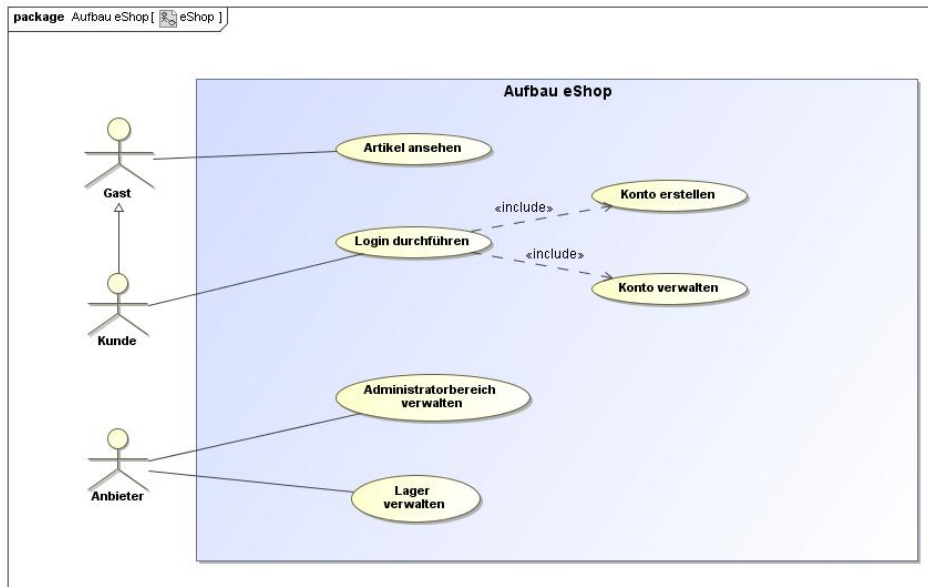
Un cas d'utilisation est un diagramme d'UML. UML est une notation graphique pour créer des modèles orientés d'objet [Balzert 2009, page 6].

Selon [Balzert 2009, page 79] un cas d'utilisation décrit la fonctionnalité d'un logiciel sous une forme graphique, que l'acteur doit exécuter pour obtenir un résultat voulu ou pour atteindre un but. Le cas d'utilisation doit permettre de parler avec l'utilisateur futur sur les fonctionnalités d'un logiciel sans se perdre dans les détails.

Un acteur est un rôle qui est joué par un utilisateur. Les acteurs peuvent être des personnes ou des systèmes automatiques qui se trouvent en général hors du système. [Balzert 2009, page 79/80]

Un cas d'utilisation est présenté dans ce chapitre qui se réfère aux exigences définis dans ce chapitre. Les autres se trouvent dans les notes annexes.

² Un service de paiement en ligne



Use Case: Aufbau eShop Diagram

Artikel ansehen Use Case

Use Case Name	Artikel ansehen
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Gast Akteur
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Artikel angesehen werden können.

Login durchführen Use Case

Use Case Name	Login durchführen
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Gast Akteur
Include	<ul style="list-style-type: none"> • Konto erstellen Anwendungsfall • Konto verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Konto erstellt und verwaltet werden kann.

Konto erstellen Use Case

Use Case Name	Konto erstellen
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie ein Konto erstellt werden kann.

Konto verwalten Use Case

Use Case Name	Konto verwalten
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Konto verwaltet werden kann.

Administratorbereich verwalten Use Case

Use Case Name	Administratorbereich verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Anbieter Akteur
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie der Administratorbereich verwaltet werden kann.

Lager verwalten Use Case

Use Case Name	Lager verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Anbieter Akteur
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Lager verwaltet werden kann.

4. Les trois progiciels de gestion intégrés choisis

Pour ce chapitre, on a décidé de choisir trois progiciels de gestion intégrés. Afin de concrétiser ceci, j'ai fait une recherche sur l'Internet. Sur le marché actuel, nous avons un grand choix de progiciel, c'est pourquoi il n'a pas été facile de savoir quelle solution était la meilleure. Heureusement j'ai trouvé un site [eSales4u 2010], qui regroupe et donne les caractéristiques principales de différents progiciels de gestion intégré. Ainsi, nous avons pu en sélectionner trois qui par leur description nous ont convaincu : Bigware Shop 2.0, FWPshop 4.0 et PhPepperShop 1.4. Maintenant nous devons choisir quelle solution est la meilleure pour notre projet.

Dans ce chapitre, la définition d'un progiciel de gestion intégré général et les trois choisis seront brièvement décrit en se rapportant au niveau fonctionnel. Nous comparerons les trois progiciels dans le prochain chapitre.

4.1. Progiciel de gestion intégré

Selon [Gabler 2010 et IT Wissen 2010] un progiciel de gestion intégré est un logiciel complet. Il représente les programmes standards qui doivent être adaptés aux besoins spécifiques des utilisateurs. Les avantages sont d'une part les faibles coûts de développements et de maintenance, la disponibilité rapide dans l'entreprise, la sécurité de ne faire pas de faux développements, les réalisations des applications dans lesquelles l'entreprise n'a pas ou alors seulement des qualifications insuffisantes. D'autre part le progiciel de gestion intégré est mieux documenté qu'un développement propre et réduit la dépendance des développeurs de logiciels.

4.2. Bigware Shop v2.0

Bigware Shop v2.0 a été choisi parce que c'est un progiciel de gestion intégré qui est un projet grand et complet sur le marché d'OpenSource. Celui-ci se concentre sur les magasins en ligne et a une surface agréable et des modules flexibles. On le trouve sur l'adresse suivante : www.bigware.de. Ce logiciel se base sur oscommerce. Le prix pour des fonctions supplémentaires dépend aux modules que nous désirons acquérir. De nombreuses fonctions standards sont listées sur le site du Bigware³ ou bien dans les notes annexes dans mon travail. Quelques fonctions sont présentées ci-dessous :

- Gérer et créer des articles et des catégories
- Statistiques de la clientèle
- Envoyer un e-mail ou une lettre d'information
- Modules installés, comme PayPal, iPayment etc.
- Frais de port par article

4.3. FWPshop v4.0

FWPshop v4.0 est un progiciel de gestion intégré moderne et très performant qui satisfait toutes les exigences nécessaires pour mettre en œuvre un eShop. La structure, se composant de modules, s'adapte facilement à la demande et aux besoins des offreurs. Ce progiciel de gestion intégré se

³ http://www.bigware.de/04_22_2009-05_02/standardfunktionen-des-bigware-shop-20#more-43 (dernier accès: 13.10.2010)

trouve sur le site : www.fwpshop.org. Il existe une version gratuite et d'autres payantes, mais qui possèdent des modules supplémentaires. Il y a beaucoup de fonctions standards qui sont listé sur le site du FWPshop⁴ ou bien dans les notes annexes dans mon travail. Les fonctions principales sont par exemple :

- Optimisation de l'outil de recherche
- Segmentation des clients
- Capacités de gérer plus d'un eShop
- Design flexible
- Modules de paiement

4.4. PhPepperShop v1.4

PhPepperShop v1.4 est un progiciel de gestion intégré et le fruit d'un travail de diplôme de José Fontanil et Reto Glanzmann de l'université de Zurich. Celui-ci est pour les sciences appliquées et depuis sa réalisation, on le perfectionne constamment. On le trouve sur le site: www.phpeppershop.org. Ce progiciel de gestion intégré est gratuit, mais si on veut des modules supplémentaires nous devons acheter une nouvelle version. Les fonctions standards sont :

- Alignements générales
- Gestion des articles
- Gestion des catégories
- Gestion des clients
- Gestion du layout
- Backup de base de données
- Fonction de recherche
- Fonction d'aide en ligne

⁴ <http://www.fwpshop.org/informationen/funktionsuebersicht.html> (dernier accès: 13.10.2010)

5. L'analyse des trois progiciels de gestion intégrés du niveau de contenu

La principale partie traitée dans ce chapitre, concerne le niveau du contenu de l'eShop. La première étape pour rendre ceci possible est l'installation des eShops. Cette condition est accomplie par mon partenaire, Pascal Gerber. Il les a installés pour son travail de séminaire, car il traite du niveau technique, et a en même temps satisfait la condition, dont ce chapitre a besoin. Dès que les exigences ont été définies dans le troisième chapitre, nous pouvons analyser chaque eShop. Les eShops sont en ligne sur le site : www.clubplanet.ch.

5.1. Démarche de l'analyse

La comparaison des trois progiciels de gestion intégrés se déroule de la façon suivante : L'accès du Backfront de chaque eShop m'est admis. Ça signifie que je vais tester tous les eShops en utilisant toutes les fonctions requises et en regardant s'ils satisfont les exigences définies dans le cas d'utilisation. Nous nous concentrerons sur les aspects du contenu, d'autres aspects, telle que l'installation, ne seront pas traités dans ce travail. Pour garantir l'intégralité de la suggestion, la comparaison, faite dans le travail de séminaire de Pascal Gerber sera inclus dans la mienne. La suggestion est basée d'une part sur la comparaison au niveau technique et d'autre part de la comparaison au niveau de contenu qui se trouve au prochain chapitre.

Pour réaliser une comparaison complète les trois progiciels de gestion intégrés seront analysés en utilisant les critères suivants :

Exigences fonctionnelles

Base de données de clients

Panier

Modalités de paiement acceptées

Types de livraison acceptés

Catalogue de produits

Exigences non-fonctionnelles

L'aspect et la convivialité

- Visibilité

- Utilisation

- Qualité

Vérification

Fiabilité

Il y a encore plus de critères, mais ces-en-dessus concernent plutôt le niveau fonctionnel d'un eShop. Des autres critères sont listés dans le travail de séminaire de Pascal Gerber.

5.2. Bigware Shop v2.0

Du point de vue des clients :

Sitôt que le client arrive sur l'eShop, il voit si le site est bien conçu. Ensuite il découvre une barre de menu qui montre préférentiellement les principales fonctions pour s'orienter.



Figure 1 : barre de menu sur le Storefront de Bigware Shop v2.0

En-dessous il trouve les produits qui lui sont proposés, ou sur la liste à gauche des liens qui montre les différentes catégories. De plus il y a des liens qui guident les clients sur les pages avec toutes les informations de l'offreur, des conditions générales d'affaires etc.

Il est important que le client puisse avoir une bonne vue d'ensemble sur l'ensemble du site. Ceci simplifie l'utilisation du site. Le client a ainsi une bonne impression générale du site, ce qui est toujours un avantage face à la concurrence. Si un client se décide d'acheter un produit, il doit s'enregistrer.

Figure 2 : enregistrement de Bigware Shop v2.0

L'étoile rouge montre toutes les colonnes qui doivent impérativement être remplie. La base de données satisfait le critère fonctionnel, car un client ne peut s'enregistrer qu'une fois avec les mêmes données. L'intégrité est garantie et évite les redondances.

Il a la possibilité de modifier son compte. Généralement il peut changer ses données personnelles et le mot de passe. Il peut également regarder ses commandes qu'il a réalisées et modifier les informations qu'il veut recevoir par e-mail.

S'il désire acheter, par exemple, deux paires de flip-flop, il peut les sélectionner. Il a accès au panier qui lui montre à tout moment ses choix. Là, il a la possibilité d'ajouter, de modifier ou d'effacer les produits choisis. La vérification est satisfaite, parce que quand on choisit deux paires de flip-flop, le prix double automatiquement.

Afin de rendre la recherche plus facile, les produits sont classés dans des catégories, c'est d'ailleurs à cet endroit qu'on les trouve. Le client a la possibilité de voir à quoi ressemble son produit grâce à l'image et à la description avec les principales informations. De plus il peut voir, si le produit est en stock ou pas, alors il sait si une livraison est possible ou pas.

Ensuite il a la possibilité de choisir le mode de paiement et comment le produit doit lui être fourni. Si on va l'enlever, le coût de transport disparaît.

Figure 3 : choix de la livraison de Bigware Shop v2.0

Figure 4 : choix du paiement de Bigware Shop v2.0

Après avoir dûment remplies toutes les données nécessaires, il doit encore affirmer la commande. Le processus se termine à ce moment-là et le client reçoit son produit.

Le client sait que le site est fiable et que les données sont vraies. Ensuite il peut toujours se connecter sur le site, s'il a l'accès à Internet et il peut s'orienter sans problèmes.

Du point de vue des offreurs :

Pour appliquer des changements sur le site, il est nécessaire de pouvoir travailler avec le Backfront, sur la page qui n'est que pour les administrateurs.

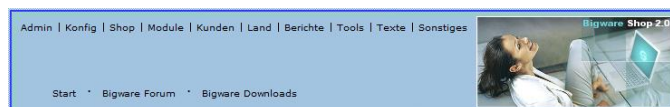


Figure 5 : barre de menu sur le Backfront de Bigware Shop v2.0

La barre de menu est conçue clairement ce qui facilite l'utilisation. Sur chacun des liens, on trouve des informations essentielles pour adapter le site aux besoins des offreurs, car le site d'administration est bien compréhensible, la qualité du site peut être garantie, parce qu'on arrive à faire des choses voulues. La vérification et la fiabilité sont données, car chaque changement fait sur le Backfront est directement enregistré sur l'eShop. Toutes les modifications sont immédiatement acceptées et correctes. La disponibilité de modifier le site est toujours possible, si on a accès à Internet.

De plus ce progiciel de gestion intégré satisfait tous les points concernant la gestion du stockage dans un laps de temps relativement court, on arrive à ajouter, modifier et effacer des produits en stock. Le module, qui s'appelle le stockage, permet de contrôler le stock, d'avoir la possibilité d'indiquer sur le site qu'il n'y a plus de produits en stock et de dire quel avoir théorique est nécessaire et à quel moment on doit commander de la marchandise nouvelle. La gestion du stockage est exécutée de façon optimale, rapide et fiable. La condition pour un bon travail est accomplie, car le stockage est un des facteurs les plus importants pour atteindre une bonne gestion de l'entreprise.

Pour le catalogue, il y a la possibilité de construire des catégories et d'y ajouter des produits. Cela permet d'avoir une vue ensemble et de faciliter la recherche non seulement pour les clients mais aussi pour les offreurs. La gestion des produits est faite de façon optimale on peut facilement ajouter, modifier et effacer des catégories et des produits. De plus on peut déplacer rapidement les produits entre les différentes catégories et les changements sont immédiatement ajustés.

Le taux d'imposition est modifiable, c'est-à-dire que chaque pays peut utiliser ce progiciel de gestion intégré pour vendre des produits. On n'est pas obligé d'utiliser le taux d'imposition donné pour l'Allemagne. Pour individualiser les offres, on peut écrire sous chaque produit un petit texte avec les principales caractéristiques, ajouter une image et indiquer le prix en monnaie voulue.

Les modalités de paiement qui sont possibles satisfont tout-à-fait nos exigences. Nous voulons avoir la possibilité de payer avec une facture, avec PayPal, avec une carte de crédit, ou bien en espèces. Ces modalités peuvent être installées et si on veut, il existe encore d'autres variantes qui peuvent être choisies, comme par exemple iPayment ou le remboursement.

Les types de livraison sont, comme voulu, à choix. C'est-à-dire que le client peut choisir entre une livraison par exemple par la poste ou le chercher soi-même. Qui sera l'expéditeur est une décision des offreurs, cela dépend avec qui ils désirent travailler.

De plus il a une fonction qui concerne les données des clients. L'offreur a la possibilité d'ajouter, de modifier et d'effacer soi-même des clients et de voir combien de clients il possède.

En résumé, ce progiciel de gestion intégré est optimal pour mettre en place un eShop, car l'actualisation du magasin en ligne est rapidement fait et toutes les personnes peuvent s'orienter sur le site, indépendamment sur quelle page on se trouve.

5.3. FWPshop v4.0

Du point de vue des clients :

La page d'accueil est à première vue plutôt embrouillée, ainsi le client a besoin de quelques instant pour s'orienter. Une fois qu'il a compris comment l'eShop est conçu, il peut l'utiliser. Au milieu de la page les produits offerts sont représentés. A gauche, sont listées les catégories et les informations pour le service (livraison, paiement, sécurité de base de données...) et à droite on trouve le domaine pour le client (enregistrement, panier, liste des articles à retenir...). La recherche et les possibilités de contacter l'offreur sont situées en haut.



Figure 6 : page d'accueil de FWPshop v4.0

Une bonne vue d'ensemble sur l'ensemble du site est quelque chose d'important. FWPshop a beaucoup de liens qui peuvent désorienter le client. Mais en moyenne le site fait une bonne impression.

Si un client se décide d'acheter un produit, il doit s'enregistrer.

Figure 7 : enregistrement de FWPshop v4.0

L'étoile montre toutes les colonnes qui doivent impérativement être remplies. Si le client le désire, il peut s'abonner à la lettre d'information. Le critère fonctionnel est satisfait par la base de données, car

un client ne peut s'enregistrer qu'une fois avec les mêmes données. Ceci garantit l'intégrité des données et les redondances sont évitées.

Le client a la possibilité de modifier son compte en pouvant changer ses dates personnelles et le panier, contrôler ses commandes et de voir la liste des articles à retenir.

S'il désire acheter, par exemple, trois paires de flip-flop, il peut les sélectionner. Il a toujours accès au panier qui lui montre à tout moment ses choix. Dans le panier il peut ajouter, modifier ou effacer les produits choisis. La vérification est satisfaite, parce que quand on choisit trois paires de flip-flop, le prix triple automatiquement.

Les catégories rendent la recherche plus facile car elles classent les produits. Grâce à l'image et à la description avec les principales informations, le client peut voir à quoi ressemble son produit. S'il y a un vert point, les produits sont encore en stock, sinon il n'y en a plus.

Ensuite le mode de paiement doit être déterminé. Le client peut choisir entre le paiement d'avance, la carte de crédit et le PayPal. Puis il doit confirmer l'adresse de livraison.

Après d'avoir confirmé les conditions générales d'affaires, la commande peut être faite. Voilà, le processus est fini et le client reçoit son article.

Le site est fiable et les données sont vraies, pour cela le client revient volontiers. S'il a l'accès à Internet, il peut toujours se connecter sur le site.

Du point de vue des offreurs :

Quand l'offreur arrive sur le Backfront, il voit une page qui est installée d'une manière très claire. De plus, il voit sur la page d'accueil les principaux points qui sont importants pour mettre en place un eShop. Une orientation sur cette page est possible et l'occasion existe de modifier bien l'eShop. Si on effectue un changement, les données sont transférées correctement, ce qui signifie que la fiabilité et la vérification sont satisfaites. En outre, le Backfront est toujours disponible, si une connexion Internet est existante.



Figure 8 : page d'accueil sur le Backfront de FWPshop v4.0

La gestion de stockage est optimale. Non seulement le stock minimal/maximal, le stock réel, mais aussi le stock qui dit à quel moment on doit commander de nouvelles marchandises. Par ces informations ajoutées le contrôle de stock ne doit pas se faire manuellement. La gestion automatique réduit

essentiellement la vacation. Ce module est exécuté de façon optimale, rapide et fiable. Un bon travail est possible, car le stockage est d'un part la base pour une bonne gestion de l'entreprise.

Dans le catalogue les produits peuvent être ajoutés, modifiés et effacés. Les exigences définies sont satisfaites. De plus il y a la possibilité d'ajouter le taux d'imposition en fixant le prix. Ainsi, l'offreur peut modifier tous les taux, les prix etc. selon les directives de son propre pays. Donc, rien n'est réglé et tout peut être adapté comme l'offreur le souhaite. Afin que les articles soient clairement listés dans le catalogue, on peut créer des catégories. Cela permet une meilleure répartition des produits offerts. Ensuite cela facilite la recherche des articles, non seulement pour les offreurs mais aussi pour les clients.

Pour les modalités de paiement sont toutes les sortes de paiement ajustable, sauf le paiement en espèces. Ainsi ce domaine ne satisfait pas nos exigences pour notre eShop, parce qu'on ne peut pas ajouter la variante de payer en espèce. Mais les options PayPal et le paiement par carte de crédit sont disponibles. Car le paiement en espèces n'est pas possible, la livraison doit exécuter par une livraison (par exemple par la poste). C'est-à-dire que la possibilité d'enlever le produit n'existe pas dans ce système.

De plus il y a un module pour la base de données des clients. Là, l'offreur peut contrôler, ajouter, modifier ou effacer un client ou bien voir combien de clients il possède.

En résumé, jusqu'à deux points (le paiement en espèces et l'enlèvement) ce progiciel de gestion intégré satisfait les exigences définis. L'actualisation se passe rapidement et l'offreur peut s'orienter sur le Backfront.

5.4. PhPepperShop v1.4

Du point de vue des clients :

L'eShop n'est pas bien conçu, car sitôt que le client arrive sur le site, il ne voit que très peu d'informations et seulement une barre de menu avec peu de liens. A gauche les catégories sont listées et en haut se trouve la barre de menu avec le panier, la caisse, la recherche et l'aide en ligne. Sur le site d'accueil on trouve des informations d'installation et avec quels browsers le site fonctionne. Ce n'est pas un eShop accueillant. Il y a un manque de visibilité car le client ne sait pas comment il doit se comporter. L'utilisation n'est pas évidente au premier coup d'œil. La qualité a un niveau retombée, c'est-à-dire que beaucoup d'autres sites ont une meilleure qualité de la mise en place.



Figure 9 : page d'accueil de PhPepperShop v1.4

Les produits sont situés dans les catégories à gauche. Si le client veut acheter quelque chose, il doit le sélectionner. Ce choix se déplace tout de suite dans le panier. Là-dedans il peut effacer les produits choisis, s'il ne les veut plus. Mais s'il veut ajouter un nouveau produit, il doit retourner aux catégories et le sélectionner. Sinon le client peut directement aller à la caisse. Après seulement qu'il ait l'intérêt d'acheter des produits il peut s'enregistrer. Seulement un nom d'utilisateur et un mot de passe sont exigés. Après ces informations, le client doit renseigner les colonnes qui sont nécessaires pour continuer la commande.

Anmeldung Benutzer/Neukunde

Falls Sie schon Kunde bei uns sind, können sie jetzt Ihren Benutzernamen und Ihr Passwort eingeben. Ihre Adressdaten werden danach geladen.

Sind Sie Neukunde, können Sie einen beliebigen Benutzernamen (am besten Ihre E-Mail-Adresse, da sie weltweit eindeutig ist) und ein Passwort wählen. Wenn Sie nicht wollen, dass wir Ihre Adressdaten für einen späteren Einkauf speichern, lassen Sie das Benutzername- und Passwortfeld leer.

Benutzername:(mindestens 4 Zeichen)

Passwort:(mindestens 6 Zeichen)

Figure 10 : inscription de PhPepperShop v1.4

Angaben zu Ihrer Bestellung

Bitte füllen Sie alle mit * gekennzeichneten Felder korrekt aus, damit wir Ihre Bestellung bearbeiten können

Anrede: bitte auswählen

Vorname*

Nachname*

Firma:

Strasse*

PLZ*

Ort*

Land:

Tel.:

E-Mail*

Zahlungsart:

Vorkasse

Rechnung

Nachnahme

Lastschrift

Kreditkarte Kreditkarten Institut: VISA

WEITER

Figure 11 : enregistrement de PhPepperShop v1.4

L'étoile montre toutes les colonnes qui doivent impérativement être remplies. Car le client ne peut s'enregistrer qu'une fois avec les mêmes données, le critère fonctionnel est satisfait par la base de données. Cela garantit l'intégrité et évite les redondances.

On voit que le client doit déjà remplir les modalités de paiement dans l'enregistrement. Malheureusement, une fois le choix fait il n'est plus possible de revenir en arrière. On a le choix entre le paiement anticipé, la facture, le remboursement, la note de débit et la carte de crédit (VISA, Mastercard/Eurocard, American Express et Diners Club). Pour le type de livraison, le client n'a pas le choix ; il doit accepter l'envoi par poste avec les frais de transport.

Il n'existe pas un domaine pour le client, alors il ne peut pas modifier son compte. A chaque fois qu'il veut acheter quelque chose, il doit se connecter avec son nom d'utilisation et son mot de passe et seulement après et si c'est nécessaire, il peut modifier ses dates personnelles.

Heureusement la recherche se facilite, car les produits sont classés dans des catégories. Le client peut voir à quoi ressemble son produit grâce à l'image et à la description avec les principales informations. Mais il ne voit pas si le produit est en stock ou pas.

S'il désire acheter, par exemple, quatre paires de flip-flop, il peut les sélectionner. Ses choix sont montrés dans le panier où il a accès. Car le prix quadruple automatiquement après d'avoir choisis quatre paires de flip-flop, la vérification est satisfaite.

Quand il a sélectionné les produits désirés, il doit seulement, après l'enregistrement, confirmer ses dates et la commande est faite. Le processus est fini et le client reçoit son produit.

La fiabilité et la vérification sont satisfaites, parce que toutes les informations que le client trouve sur le site sont correctes. De plus le site est toujours disponible, si on a l'accès Internet.

Du point de vue des offreurs :

Pour faire des changements sur le site, on doit aller sur le Backfront. Malheureusement cette page ne possède pas une bonne visibilité. C'est difficile de s'orienter, l'offreur doit plutôt deviner le fonctionnement pour faire un changement ou un ajustement. Cependant le site est toujours disponible pour y travailler. Si on applique un changement, toutes les données changent d'une manière correcte. Alors que la fiabilité est également satisfaite.



Figure 12 : barre de menu de PhPepperShop v1.4

Ce progiciel de gestion intégré ne satisfait pas la gestion de stockage, car ce module n'existe pas sur le Backfront. Dans ce système un contrôle de stockage est impossible. Ce qu'on peut faire est ajouter, modifier et effacer les produits dans les catégories qui doivent premièrement être créés. Heureusement un classement des produits est possible, ce que facilite en général la recherche. Le taux d'imposition n'est pas inclus dans la fonction. Alors, on met seulement le prix, sans détails. Mais si l'offreur effectue un changement, celui-ci est immédiatement ajusté, alors que la vérification est satisfaite.

Non seulement les modalités de paiement, mais encore les types de livraison ne sont pas au choix. Ces informations sont déjà fixement installées et ne peuvent pas être changées. C'est un peu triste, parce que dans ces domaines, l'offreur n'a aucun choix possible.

La base de données est bien faite, car toutes les commandes sont classées par lettre. Cette page est conçue clairement et le contrôle de celui-ci est rapidement fait. Les dates peuvent être ajoutées, modifiées et effacées d'une manière agréable, sans avoir des difficultés.

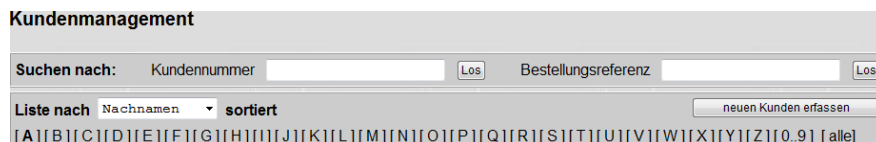


Figure 13 : gestion de clients de PhPepperShop v1.4

En résumé, ce progiciel de gestion intégré n'est pas optimal pour mettre en place un eShop, car l'actualisation du magasin en ligne est un processus de longue durée et pénible.

6. L'analyse de SWOT

Pour garantir que l'analyse soit complète, le 5^{ème} chapitre du travail de séminaire de Pascal Gerber sera inclus. Il s'agit donc d'une analyse qui concerne non seulement les aspects techniques, mais encore les aspects du contenu des trois progiciels de gestion intégrés choisis. Tout d'abord, l'analyse de SWOT sera définie, ensuite les trois analyses de SWOT des trois eShops seront exécutées et à la fin une suggestion sera donnée avec la meilleure solution.

6.1. L'analyse de SWOT

L'abréviation «SWOT» se compose de forces (strengths), de faiblesses (weaknesses), d'opportunités (opportunities) et de menaces (threats) [Die Akademie 2010].

6.2. Bigware Shop v2.0

Paramètres	Description
Forces	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilité impressionnante du Store-/Backfront - Bonne gestion de stockage - Gestion effective du catalogue - Visualisation, si un produit est en stock ou pas dans le catalogue - Conditions de paiement et de livraison peuvent être ajoutées et modifiées manuellement - Enregistrements multiple n'est pas possible - Compte de client - Possibilités de contacter l'offreur - Support de clients/ Fonction de l'aide - Lettre d'information est volontaire - Une recherche est disponible - Actualisation rapide - Extensibilité possible (par programmation/ modules) - Différentes monnaies définissables - Normes élevées de sécurité avec une barre d'informations pour des failles de sécurité possibles - Fonction de fermer la session - Malgré nombreux modules, une haute performance - Pas de réclame
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> - Une taille de modules trop grande - Déroulement de changement compliqué - Activé d'utilisateur trop court sur le Backfront (<5 min.)

- Opportunités**
- Multilinguisme (par des modules payants supplémentaires)
 - Extensible par des modules supplémentaires pour épargner des coûts à long terme
 - Choix varié dans le processus de commande pour atteindre tous les groupes de clients
 - Grâce des outils d'analyse, les produits peuvent être bien écoulés
 - Une entrée dans le marché de niche est possible grâce une intégration
- Menaces**
- Perdre de clients à cause de la taille de modules trop grande

6.3. FWPshop v4.0

Paramètres	Description
------------	-------------

- | | |
|-------------------|---|
| Forces | <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de stockage réjouissante (avec des indications de stock minimale/maximale) - Gestion effective du catalogue - Visualisation, si un produit est en stock ou pas dans le catalogue - Choix de mode de paiement - Enregistrements multiple n'est pas possible - Compte de client - Possibilités de contacter l'offreur - Lettre d'information est volontaire - Une recherche est disponible - Extensibilité possible (par programmation/ modules) - Différentes monnaies définissables - Le Backfront est compréhensible - Normes élevées de sécurité - Fonction de fermer la session - Fonction de Backup |
| Faiblesses | <ul style="list-style-type: none"> - Réclame - Page d'accueil n'est pas clairement conçu sur le Storefront - Modalités de paiement prédéfinies - Types de livraison prédéfinis - Actualisation - Les colonnes imposées dans le domaine de Backfront - Performance mauvaise (mise en place lente du site) |

- Opportunités**
- Extensible par des modules supplémentaires pour épargner des coûts à long terme
 - Différentes monnaies ouvrent des nouveaux marchés
 - Processus de commande automatique garantie d'avoir toujours assez de produits dans le stock
 - Grâce à la gestion de stockage la dépense du contrôle se réduit
- Menaces**
- La conception modulaire ralentit la page trop, c'est pourquoi les clients puissent quitter le site, car ils ne veulent pas attendre jusqu'à ce que le site est chargé.
 - Monolinguisme : seulement un segment de la clientèle peut être attiré

6.4. PhPepperShop v1.4

Paramètres	Description
Forces	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion effective du catalogue - Haute performance - Fonction de Backup - Possibilités de contacter les clients - Une recherche disponible - Enregistrements multiple n'est pas possible - Pas de réclame
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> - Modalités de paiement prédéfinies - Types de livraison prédéfinis - Peu de modules qui sont disponibles - La page d'accueil n'est pas adaptable - Différentes monnaies ne sont pas disponibles - Noms de catégories déconcertants sur le Backfront - Une sécurité faible - Pas de fonction pour fermer la session - Pas d'indications si le produit est en stock ou pas dans le catalogue
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> - Processus de commande est rapidement fait grâce à la construction primitive du site
Menaces	<ul style="list-style-type: none"> - Multilinguisme n'est pas possible - Extensible seulement par des modules, si on achète une nouvelle version - Gestion de stockage manquante - Pas de fonction d'individualisation

- Recherche mauvaise et n'est pas utile pour les clients
- La monnaie fixe limite régionalement l'offre
- Malgré d'un projet d'Open Source, l'extensibilité n'est pas garantie

6.5. Suggestion

Malgré quelques difficultés rencontrées durant la réalisation de ce travail de séminaire, la question, quel progiciel de gestion intégré est approprié pour mettre en place un eShop, a été résolue.

En prenant toutes les exigences pour l'eShop et en tenant compte de l'analyse exécutée, nous concluons comme seule solution, qui satisfait tous les critères, le progiciel de gestion intégré de Bigware. Ce progiciel de gestion intégré peut être mobilisé dans des différents secteurs et il y a plusieurs possibilités de l'optimiser.

Il faut mentionner que le progiciel de gestion intégré de FWPshop est aussi approprié pour mettre en place un eShop. La plus petite taille de fonctions rend le logiciel plus clair. Toutefois, nous considérons plus les difficultés de performance. Les clients, dans le temps de Highspeed et VDSL, n'attendent plus jusqu'à ce que le site soit chargé. Pour cette raison, nous avons clairement décidé pour le progiciel de gestion intégré de Bigware.

7. Conclusion

L'expansion d'Internet dans tous les secteurs des entreprises a donné naissance au développement de l'eShop. Il est important de ne pas manquer ou au moins d'essayer de trouver l'entrée dans le monde virtuel. Internet est aujourd'hui un des plus importants composants de l'économie et sans l'utilisation de celui-ci, une entreprise n'est pas viable. Chacun doit avoir des connaissances suffisantes, pour qu'une mise en place d'un eShop soit possible. Pour une existence à long terme les notions comme «eShop», «MySQL» et «PHP» ne doivent plus être inconnus. Le but de ce travail de séminaire est simplement de transmettre les connaissances de base et d'intriguer les personnes de mettre soi-même un eShop en place.

Dans la phase initiale on considère des points principaux qui sont dans la liste de contrôle. La sélection d'un progiciel de gestion intégré doit être bien pensée, car cela crée l'eShop qui doit être concurrentiel. Grâce des résultats de ces deux travaux de séminaire, nous avons fait une liste de contrôle. Cette liste est généralement applicable pour des entreprises qui veulent offrir des produits du secteur de commerce de détail. De plus elle prend en compte la possibilité d'intégrer des modules d'extension, comme une individualisation des produits. Pour que l'eShop puisse être viable à long terme, les sept principaux points doivent être satisfaits.

Checklist pour une mise en place d'un eShop

- Installation**
 - Exigences du système suffisantes pour installer un eShop
 - Compétences suffisantes pour installer un eShop
 - Mode d'emploi complet
 - Mises à jour sont facilement faites

- Construction du logiciel**
 - Construction modulaire
 - Modules supplémentaires qui peuvent être achetés
 - Modules adaptables
 - Logiciel est indépendant du système
 - Eléments sont installés de manière efficiente

- Sécurité**
 - Droits d'accès sont mis correctement
 - Protection d'un pirate informatique
 - Logiciel anti-virus intégré dans l'eShop
 - Sauvegarder les dates de données

- **Base de données**
 - Pas de redondances/ Pas d'enregistrements multiple
 - Gestion des dates de clients

- **Gestion de stockage**
 - Contrôle de stockage
 - Stocks sont visibles
 - Processus de commande automatique

- **Catalogue**
 - Ajouter des produits dans le catalogue
 - Modifier des produits dans le catalogue
 - Effacer des produits dans le catalogue
 - Recherche possible dans le catalogue

- **Modalités de paiement**
 - Mode de paiement au choix
 - Définir individuellement le mode de paiement
 - Les factures sont adaptables au segment de la clientèle

- **Types de livraison**
 - Types de livraison au choix
 - Définir individuellement le type de livraison
 - Définir individuellement le frais de transport
 - Des livraisons à l'étranger sont possibles

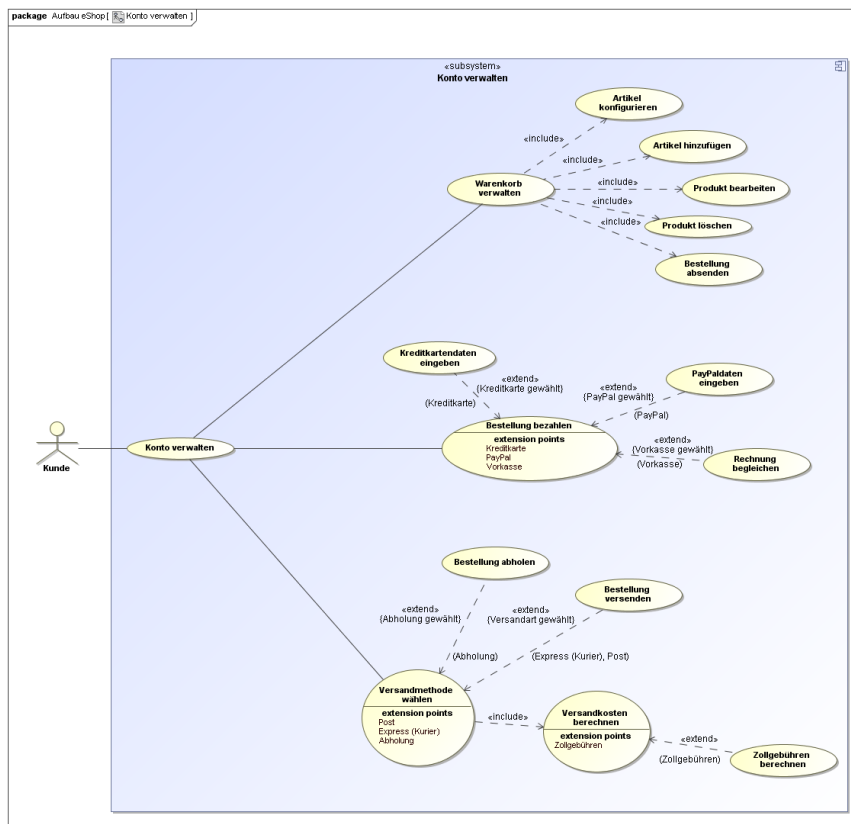
De toute façon, les résultats et connaissances gagnés par le développement de ce travail de séminaire et l'élaboration de la liste de contrôle vont être utiles dans le cas d'une réalisation d'un eShop.

8. Bibliographie

- [Meier 2007] Meier Andreas: Relationale und postrelationale Datenbanken
6. Auflage, Springer-Verlag Berlin, 2007.
- [Gabler 2010] Gabler Wirtschaftslexikon: *Definition Electronic Shop*,
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/electronic-shop.html>,
(dernier accès: 08.10.2010)
- [Balzert 2009] Balzert Heide: UML 2 in 5 Tagen, Der schnelle Einstieg in die Objektorientierung, 2. Auflage, W3L-Verlag Bochum, 2009.
- [eSales4u 2010] Übersicht OnlineShop Software Anbieter und Shopssoftware Freeware:
Definition Standardsoftware, <http://www.esales4u.de/eshop/onlineshop.php>
(dernier accès: 08.10.2010)
- [IT Wissen 2010] IT Wissen, Das grosse Online-Lexikon für Informationstechnologie:
Definition: Standardsoftware,
<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Standardsoftware-standardsoftware.html> (dernier accès: 08.10.2010)
- [Gabler 2010] Gabler Wirtschaftslexikon: *Definition Standardsoftware*,
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/standardsoftware.html>,
(dernier accès: 08.10.2010)
- [Bigware 2010] Die kostenlose Shopssoftware: <http://www.bigware.de>
(dernier accès: 13.10.2010)
- [Bigware 2010] Die kostenlose Shopssoftware: http://www.bigware.de/04_22_2009-05_02/standardfunktionen-des-bigware-shop-20#more-43
(dernier accès: 13.10.2010)
- [FWPshop 2010] Open Source Shoppystem: Kostenlose Onlineshop Software:
<http://www.fwpshop.org> (dernier accès: 13.10.2010)
- [FWPshop 2010] Open Source Shoppystem: Kostenlose Onlineshop Software:
<http://www.fwpshop.org/informationen/funktionsuebersicht.html>
(dernier accès: 13.10.2010)
- [Die Akademie 2010] Die Akademie für Führungskräfte: *Definition SWOT*,
<http://www.die-akademie.de/service/lexikon/s/swot>,
(dernier accès: 13.10.2010)

9. Notes annexe

9.1. Use Case



Use Case: Konto verwalten Diagram

Konto verwalten Use Case

Use Case Name	Konto verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> Warenkorb verwalten Anwendungsfall Bestellung bezahlen Anwendungsfall Versandmethode wählen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> Beschreibt den Vorgang, wie das Konto verwaltet werden kann.

Warenkorb verwalten Use Case

Use Case Name	Warenkorb verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> Konto verwalten Anwendungsfall
Include	<ul style="list-style-type: none"> Artikel konfigurieren Anwendungsfall Artikel hinzufügen Anwendungsfall Produkt bearbeiten Anwendungsfall Produkt löschen Anwendungsfall Bestellung absenden Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> Beschreibt den Vorgang, wie der Warenkorb verwaltet werden kann.

Artikel konfigurieren Use Case

Use Case Name	Artikel konfigurieren
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Artikel konfiguriert werden können.

Artikel hinzufügen Use Case

Use Case Name	Artikel hinzufügen
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Artikel hinzugefügt werden können.

Produkt bearbeiten Use Case

Use Case Name	Produkt bearbeiten
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Produkt bearbeitet werden kann.

Produkt löschen Use Case

Use Case Name	Produkt löschen
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Produkt gelöscht werden kann.

Bestellung absenden Use Case

Use Case Name	Bestellung absenden
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Bestellung abgesendet werden kann.

Bestellung bezahlen Use Case

Use Case Name	Bestellung bezahlen
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Konto verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Bestellung bezahlt werden kann.

Kreditkartendaten eingeben Use Case

Use Case Name	Kreditkartendaten eingeben
Relations	
Association	
Include	
Extend	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung bezahlen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Kreditkartendaten eingegeben werden können.

PayPal-daten eingeben Use Case

Use Case Name	PayPal-daten eingeben
Relations	
Association	
Include	
Extend	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung bezahlen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die PayPal-daten eingegeben werden können.

Rechnung begleichen Use Case

Use Case Name	Rechnung begleichen
Relations	
Association	
Include	
Extend	<ul style="list-style-type: none"> • Bestellung bezahlen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Rechnung begleichen werden kann.

Versandmethode wählen Use Case

Use Case Name	Versandmethode wählen
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Konto verwalten Anwendungsfall
Include	<ul style="list-style-type: none"> • Versandkosten berechnen
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Versandmethode gewählt werden kann.

Bestellung abholen Use Case

Use Case Name	Bestellung abholen
Relations	
Association	
Include	
Extend	<ul style="list-style-type: none"> • Versandmethode wählen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Bestellung abgeholt werden kann.

Bestellung versenden Use Case

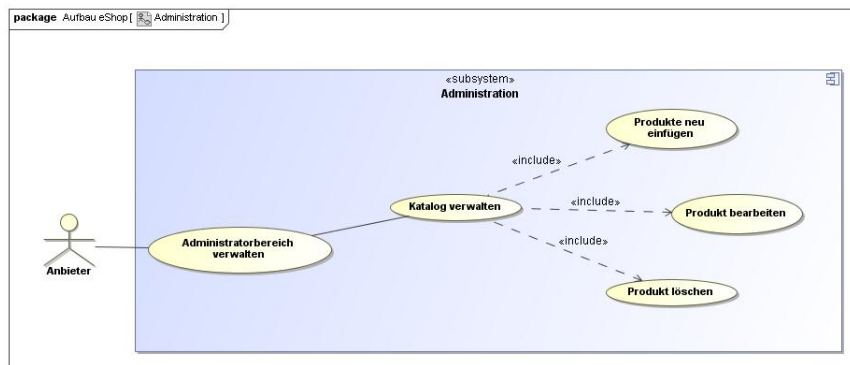
Use Case Name	Bestellung versenden
Relations	
Association	
Include	
Extend	<ul style="list-style-type: none"> • Versandmethode wählen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Bestellung versendet werden kann.

Versand berechnen Use Case

Use Case Name	Versandkosten berechnen
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Versandkosten berechnet werden können.

Zollgebühren berechnen Use Case

Use Case Name	Zollgebühren berechnen
Relations	
Association	
Include	
Extend	<ul style="list-style-type: none"> • Versandkosten berechnen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Zollgebühren berechnet werden können.

**Use Case: Administration Diagram****Administratorbereich verwalten Use Case**

Use Case Name	Administratorbereich verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Katalog verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie der Administratorbereich verwaltet werden kann.

Katalog verwalten Use Case

Use Case Name	Katalog verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Administratorbereich verwalten Anwendungsfall
Include	<ul style="list-style-type: none"> • Produkte neu einfügen Anwendungsfall • Produkte bearbeiten Anwendungsfall • Produkte löschen Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie der Katalog verwaltet werden kann.

Produkte neu einfügen Use Case

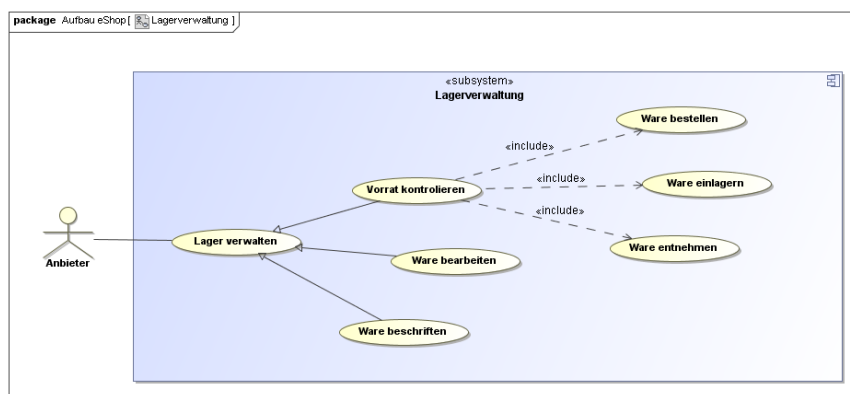
Use Case Name	Produkte neu einfügen
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Produkte neu eingefügt werden können.

Produkt bearbeiten Use Case

Use Case Name	Produkt bearbeiten
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Produkt bearbeitet werden kann.

Produkt löschen Use Case

Use Case Name	Produkt löschen
Relations	
Association	
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Produkt gelöscht werden kann.



Use Case: Lagerverwaltung Diagram

Lager verwalten Use Case

Use Case Name	Lager verwalten
Relations	
Association	<ul style="list-style-type: none"> • Anbieter Akteur
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie das Lager verwaltet werden kann.

Vorrat kontrollieren Use Case

Use Case Name	Vorrat kontrollieren
Relations	
Association	
Include	<ul style="list-style-type: none"> • Ware bestellen Anwendungsfall • Ware einlagern Anwendungsfall • Ware entnehmen Anwendungsfall
Extend	
Generalization	<ul style="list-style-type: none"> • Lager verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie der Vorrat kontrolliert werden kann.

Ware bestellen Use Case

Use Case Name	Ware bestellen
Relations	
Association	
Include	
Extend	
Generalization	<ul style="list-style-type: none"> • Lager verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Ware bestellt werden kann.

Ware einlagern Use Case

Use Case Name	Ware einlagern
Relations	
Association	
Include	
Extend	
Generalization	<ul style="list-style-type: none"> • Lager verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Ware eingelagert werden kann.

Ware entnehmen Use Case

Use Case Name	Ware entnehmen
Relations	
Association	
Include	
Extend	
Generalization	<ul style="list-style-type: none"> • Lager verwalten Anwendungsfall
Description	<ul style="list-style-type: none"> • Beschreibt den Vorgang, wie die Ware entnommen werden kann.

9.2. Complément du 4^{ème} chapitre

Toutes les fonctions de Bigware Shop 2.0:

- Optimisation automatique des metatags
- Optimisation des adresses Internet (URL-site.html)
- Sept designs inclus
- Exportation d'Excel-CSV
- Connexion d'Afterbuy
- Fonction de coupon
- Programmes de prix-portail
- Gérer et créer des articles et des catégories
- Sélectionner le statut de produit (en stock, pas de stock etc.)
- Date d'apparence, on peut décider à quel moment quel produit est disponible
- Affecter les articles à un fabricant, simple et flexible
- Frais de port par article.
- Sélectionner les classes d'impôts
- Indication d'un montant net ou brut; les gains sont prévisibles
- Régler les caractéristiques de produit sur le site
- Possible de charger six images par article
- Le stockage peut être saisi avec l'indication de quantité, numéro de pièce, lien de fabricant et le poids d'article pour chaque article
- Sur la base de l'ordre, on peut classer de manière ciblée ou automatiquement les produits dans des catégories
- Placer les offres spéciales
- Fixer les «highlights» sur le site d'accueil
- Fonction X-Sell (Suggestions)
- Créer un fabricant avec un lien et un logo
- Copier, déplacer et effacer multiples fois
- Evaluations de produits: Effacer, commenter et modifier
- Fonction d'exportations en SQL, LaTeX, XML, MS Excel
- Ajouter nouveaux sites
- Vue globale sur tous les clients: éditer, effacer et ajouter un client
- Fonction d'importation des clients
- Statistiques de la clientèle
- Suggestions des clients sur un site spécial
- Ajouter des commandes manuellement
- Montrer le panier des clients
- Imprimer une facture/un bon de livraison de chaque commande
- Choisir le statut de commande
- Éditer le layout et le texte de la facture
- Envoyer un e-mail ou une lettre d'information

- Confirmations de commande configurables par e-mail
- Configurateur pour les produits
- Administrer les zones d'impôts, les pays pour zones d'expédition, les classes d'impôts et les taux d'imposition
- Changer la monnaie et la langue
- Editer les valeurs minimales et maximales, comme par exemple la grandeur de l'image
- Changer la visibilité des produits
- Statistiques des articles
- Statistiques des visites
- Modules installés, comme PayPal, iPayment etc.
- Manager des enquêtes inclus
- Outil pour la sécurité de base de données
- Manager pour administrer les données
- Outil «Qui est en ligne?»
- Programme de galerie inclus

Toutes les fonctions de FWPshop 4.0:

Les fonctions de marketing:

- Représentation des tags populaires
- Disponibilité du texte de livraison
- Ecrire des nouveautés
- SSL Processus de commande
- Rabais de coûts d'expédition
- Prix des articles
- Suroffre du jour
- Optimisation de l'outil de recherche
- Commentaires des produits
- Suggestions des produits
- Segmentation des clients
- Commande temporelle
- Listes de FAG (foire aux questions)
- Générateur de bons
- Capacités de gérer plus d'un eShop
- Evaluation des visites
- Créer un eShop sur le browser

Les fonctions de modalités de paiement:

- Paiement anticipé
- Remboursement
- Carte de crédit
- PayPal

- Sofortüberweisung.de
- Note de débit
- Giropay
- Vérification du rendement

Les fonctions de représentation du produit

- Echelle de prix
- Quantité d'articles illimitée
- Galerie des images
- Représentation d'Ajax dans le Frontend
- Différents prix de base
- Entreprises de fabricants/fournisseurs
- Des images de produits au choix
- Multilinguisme
- Catégories au choix
- Produit le plus vendu sur le site d'accueil
- Redimensionnement des images
- Différents taux d'imposition

Les fonctions d'administration:

- Surface d'Admin confortable
- Statistique
- Importation de produit par XML
- Fonction de Caching (enregistrer quelque chose temporairement)
- E-Mail lors de commandes nouvelles
- Exportation de produit
- E-Mail d'information lors d'entrée de commande
- Fonction de recherche complète
- Types de statut de commande individuels
- Portail de comparaison d'un prix

Les fonctions de Design

- Système d'un eShop basé sur template
- Disponibilité des layouts d'eShop professionnels
- Design flexible

Les fonctions de la fidélisation de la clientèle

- La monnaie différente
- Livre d'or
- Modules de paiement
- Listes de commandes