



# La lettre d'Info du

# CTAI

CTAI - Pôle d'Innovation de l'Artisanat dans les technologies de l'information,  
de la communication et du multimédia  
Maison de l'Artisanat - 12 rue des Métiers - 68000 COLMAR  
tél : 03 89 23 65 65 - Internet : www.ctai.fr

Numéro

Novembre 2011

## Nouveaux usages

### Batipr@tic

Projet

Tic & Pme 2015

Dix dossiers ont été retenus au niveau national dans le cadre de l'appel à projets TIC & PME 2015. Parmi eux le projet BATIPR@TIC présenté par notre Pôle d'innovation de l'Artisanat. Le projet Batipr@tic s'inscrit dans la lignée de l'application de suivi de chantier MonBâti, que le Pôle a développé en partenariat avec la CAPEB.

### Batipr@tic qu'est-ce que c'est ?

L'application Batipr@tic s'adressera à toutes les entreprises du Bâtiment, notamment les entreprises artisanales. Elle a pour objectif l'amélioration de la productivité, de la sécurité, des relations humaines au sein de ces entreprises et de développer et conforter leurs compétences en matière d'organisation.

Cette plate-forme accessible par Internet intégrera une exploitation en situation nomade et un ensemble de modes d'accompagnement, dont l'e-learning.

Elle s'articulera autour notamment des savoirs de base et de trois domaines principaux :

- la communication, coordination et collaboration entre les hommes,
- la gestion durable,
- et le suivi financier.

Le projet Batipr@tic est réalisé avec le soutien de :



### Quels sont les objectifs ?

Alors que la plate-forme collaborative MonBâti s'intéresse à la coordination interentreprises, et est dédiée à la collaboration entre les différentes entreprises intervenant sur un même chantier, Batipr@tic concernera l'organisation d'une entreprise donnée, en couvrant les aspects humains, environnementaux, financiers et durables qui lui sont propres.

L'application permettra aux chefs d'entreprises et ses salariés de se familiariser à ces différents aspects en proposant :

- De nouvelles pratiques de formation dans le bâtiment à travers l'e-learning : modules de formations individuelles et professionnalisées, parcours de formation personnalisés,
- Des outils ou applicatifs recouvrant diverses fonctionnalités répondant aux problématiques évoquées, dont les rares outils collaboratifs accessibles aux entreprises artisanales en termes de suivi et de gestion de chantier (notamment la plate-forme MonBâti),
- Des ressources documentaires venant compléter et enrichir l'ensemble.

suite page 4

## Sommaire

### Nouveaux usages

Le projet Batipr@tic

Qu'est-ce que c'est ?

Quels sont les objectifs ?

Quel intérêt ?

### Etudes

E-commerce

- Comment choisir sa solution de paiement en ligne ?

- Quel mode de paiement ?

- Quels services complémentaires pour votre boutique ?

### Réalisations

[www.electriciendemain.com](http://www.electriciendemain.com)

## Glossaire

**VISHING**  
Le vishing est l'utilisation de la téléphonie (technologie VoIP, voix sur IP) dans le but de duper quelqu'un en lui faisant divulguer de l'information personnelle et/ou financière. Similaire au phishing mais plus percutant en exploitant la téléphonie, également appelé hameçonnage vocal.

Réalisé avec le soutien de la :

dgcis

direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services



## Comment choisir sa solution de paiement en ligne ?

Dans les différentes tâches inhérentes à la conception d'une boutique en ligne, il en est une essentielle qu'il est préférable de ne pas traiter à la légère, c'est le choix de sa solution de paiement. En effet, suite à une mauvaise expérience de paiement, il y a fort à parier que votre client ne reviendra plus jamais sur votre boutique. De même, offrir une palette de services liés au paiement permettra d'étoffer votre cible de clients et de fidéliser votre clientèle.

La réflexion sur les services de paiement à mettre en place doit se faire dès le départ du projet de création d'une boutique. Cette réflexion est **indispensable et ne doit pas être négligée ou reportée** (à la fin du calendrier d'un projet, les jours comptent doubles).

Choisir sa solution de paiement demande une réelle expertise, le paiement ne se résume pas à un simple plug & play technique. Il faut savoir s'accompagner des bons professionnels et savoir inspirer la confiance auprès des acheteurs.



### Les pièges à éviter...

Dans la sélection de sa solution de paiement en ligne, de nombreux pièges sont à éviter, comme par exemple :

- >> guider la réflexion uniquement sous l'angle technique,
- >> résumer le paiement en termes d'étapes et non pas en termes de services vis-a-vis des acheteurs,
- >> aborder le chantier du paiement à la fin des travaux lors de la création du site marchand.

## Quelle méthode appliquer pour choisir sa solution de paiement ?

La première question à se poser est de se demander « quels sont mes besoins ». Une erreur grossière serait de choisir des outils sans analyser vos besoins, aussi bien en termes de cibles clientèle, de services à fournir aux acheteurs potentiels qu'en matière d'outils pour une exploitation comptable des paiements reçus.

Il ne faut pas raisonner en termes de coûts mais plutôt d'investissements.

Les travaux de conception du site abritant la boutique ne doivent pas être cloisonnés de ceux de la solution de paiement.

### La sécurité

Pour la confiance des acheteurs, la solution de paiement retenue doit répondre à des normes de sécurité, comme par exemple :

- >> PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard), standard de sécurité qui reconnaît le haut niveau de sécurité de la boutique, au travers d'un agrément à obtenir tous les ans. Cette norme s'appuie uniquement sur la valeur de la boutique.
- >> 3D Secure (développé par VISA et MASTERCARD) : protocole sécurisé de paiement sur Internet, qui va s'appuyer sur la valeur de la boutique mais aussi sur la valeur du client payeur, pour garantir une meilleure sécurité.

### Le scénario de paiement

La réflexion doit également porter sur le scénario de paiement proposé au client au moment de l'achat, à savoir **internalisation ou externalisation des données cartes**. Cette problématique se traduit par la question suivante : est-ce que le vendeur souhaite que son client reste tout le temps sur sa boutique, jusqu'au bout même pendant la phase de finalisation du paiement ?

Si la réponse souhaitée par le vendeur est positive (le client reste constamment sur la boutique), alors l'investissement sera plus élevé, car les agréments de sécurité seront à obtenir et à assurer par la boutique. L'avantage qui en découle est un meilleur contrôle par le vendeur du processus d'achat.

Dans l'autre cas de figure, l'externalisation des données cartes, la connexion avec l'intermédiaire de paiement peut se faire par API ou webservices. Dans les deux cas, attention aux mises à jour des composants d'interface.

De nombreuses boutiques s'appuient sur une plateforme technique open source, telle que Magento, Prestashop, OSCommerce, etc... Dans ce cas, vérifiez s'il existe des contributions open source qui implémentent les connecteurs vers des tiers de paiement, ce qui garantit une intégration immédiate de la solution externalisée.

Disposer d'un environnement de test auprès du tiers de paiement est plus qu'appréciable pour valider son processus de vente.



### Les points clés :

- >> Analyser ses besoins,
- >> Raisonner "investissements" et non "coûts",
- >> Ne pas cloisonner conception de site et solution de paiement,
- >> Réfléchir au scénario de paiement.



### Vous songez à une plate-forme technique open source ? Les points à vérifier :

- >> S'assurer de la compatibilité technique en fonction de l'OS retenu,
- >> S'assurer de la version : 32 ou 64 bits,
- >> Vérifier qui est à l'origine du développement du composant,
- >> Vérifier comment est assurée la mise à jour en cas de mise à jour de la boutique,
- >> Vérifier quel est le support fourni, quelle documentation, assistance, ...

### Notre conseil :

Les éléments permettant le suivi financier offerts par la solution de paiement doivent correspondre à vos besoins et il faut vous assurer de la compatibilité avec vos propres outils.

## Quel mode de paiement ?

**85% des usages se font par carte bancaire. Ne commettez pas l'erreur de ne raisonner que par rapport au nombre de moyens de paiement. En proposer beaucoup trop peut avoir un impact négatif sur vos clients !**

Ce n'est pas la peine de multiplier ces moyens excessivement (par ex. un processus spécifique pour la carte american express n'est pas indispensable si votre panier moyen est autour de 10€, le contraire serait intéressant pour des ventes de produits chers).

En ce qui concerne la gestion quotidienne du site, le suivi des paiements ne doit pas être négligé. Pour ce faire, il faut mettre en place les bons outils (par ex. le rapprochement des transactions pour gagner du temps au quotidien).



### Les règles à suivre :

- >> Ne vous focalisez pas sur les méthodes de paiement.
- >> Plutôt que de raisonner par rapport à votre cible clientèle, réfléchissez en termes de parcours client (par ex. vous pouvez faire expédier un message de la banque suite à un achat).
- >> Ne négligez pas le suivi des paiements dans la gestion quotidienne du site.



## Quels sont les services complémentaires à intégrer sur votre boutique ?

Pour réussir votre boutique en ligne, ne négligez pas les services complémentaires suivants :

- >> planifier dès le début la montée en charge des services,
- >> assurer une relation clientèle de qualité,
- >> fournir un email de confirmation du paiement pour l'acheteur,
- >> disposer d'un bon suivi des transactions,
- >> automatiser le rapprochement bancaire,
- >> être apte à la gestion du risque, les filtres fraude, le portefeuille de paiement,
- >> proposer le paiement express par identifiant (pour les clients réguliers, plus besoin de saisir ses données bancaires, ce qui rend plus fluide l'acte d'achat)

### Conclusion :

**En complément des moyens techniques et des éléments marketing, le choix de la solution de paiement requiert donc également des connaissances bancaires, qu'il est judicieux d'appréhender en intégrant fortement l'aspect sécurité. La solution de paiement est un projet à part entière dans la conception d'un site de vente en ligne qu'il convient d'intégrer à sa juste valeur dans l'investissement initial pour réussir sa boutique.**

Compte tenu des enjeux, faites-vous accompagner par un professionnel, comme le CTAI Innovation, qui pourra par ses conseils vous aider dans vos choix et à mettre en place une boutique en ligne correspondant à vos besoins.

## Quels modes de paiement pour optimiser ses ventes ?

**Un site bien agencé, bien référencé est essentiel, avec des produits attractifs mais cela ne suffit pas, il faut également rendre l'acte de paiement "intelligent". Le paiement ne doit surtout pas être une étape où l'acheteur doit réfléchir, peut hésiter, cette étape se doit d'être rapide et simple.**

En plus du choix de l'internalisation ou l'externalisation des données cartes (saisie des données bancaires sur votre site marchand ou sur serveur bancaire) qui va jouer directement sur les modes de paiement, les modes suivants doivent être envisagés :

- >> Carte bancaire
- >> carte privative
- >> carte virtuelle
- >> multi devise
- >> crédit en ligne

Des variantes concernant le type de règlement peuvent être proposées au client :

- >> paiement à la commande
- >> paiement en "n" fois
- >> paiement par acompte
- >> paiement à l'expédition
- >> paiement en devise



### Les points qui doivent vous guider :

- >> les besoins pour la clientèle ciblée.
- >> l'adaptation à la démarche commerciale de votre boutique.
- >> le suivi des transactions à mettre en place (reporting en temps réel, journaux de transactions, suivi interface utilisateur, ...).

### Notre conseil :

Une fois la boutique en service, le paiement comme le site doivent continuellement se réfléchir car les besoins des clients évoluent et il est essentiel d'y répondre efficacement.

Un nouveau webdocumentaire réalisé par le CTAI pour décider les jeunes à rejoindre les métiers de l'électricité !



Un webdocumentaire, c'est une nouvelle forme de document audiovisuel qui privilégie interactivité et multimédia, et qui est destiné à être diffusé sur Internet. Loin de la linéarité d'une vidéo traditionnelle, c'est un produit qui, de par sa construction, permet au spectateur habituellement passif de devenir acteur dans sa consultation de l'information. Et donc, en

suivant son propre cheminement intellectuel et sa curiosité, il assimile plus facilement ce qu'il consulte !

**Un webdocumentaire, pourquoi ?**

Parce que pour les jeunes, internet est une plate-forme où l'on peut tout trouver, quand on veut et où on veut ! C'est la Corporation des Electriciens du Centre Alsace, en souhait d'une communication forte et efficace qui s'est tourné vers ce nouveau moyen de communication sur les conseils de CTAI Media, qui a ensuite réalisé le site avec le concours du CTAI Innovation. Adeptes de la « pioche » et du streaming, les jeunes adultes vont pouvoir disposer avec www.electriciendemain.com d'une adresse internet pour tout savoir sur la filière électricité.



Le lancement de ce web doc en mai dernier, en période d'orientation scolaire, s'est accompagné d'une campagne d'affichage sur les bus de la compagnie de transport colmarien.



Devant le succès remporté par ce nouveau – et très efficace ! – moyen de communication, la FEFICA (Fédération des Entrepreneurs Ferblantiers, Installateurs et Couvresseurs d'Alsace) s'est à son tour engagée toujours avec le CTAI dans

la réalisation d'un webdocumentaire dédié lui à l'efficacité énergétique.

**La Lettre d'Info du CTAI**  
 12 rue des Métiers - 68000 COLMAR  
 Tél. 03 89 23 65 65 - Fax 03 89 24 04 26  
 contact@ctai.fr - www.ctai.fr  
**Directeur de la publication :** Michel COMPOINT  
**Rédacteur en chef :** Richard KIENTZLER  
 Conception et réalisation : Christine CADET  
 Tirage : 1200 exemplaires

Suite de la page 1

**Quel est l'intérêt de Batipr@tic ?**

Batipr@tic est pour le secteur un outil pédagogique et un outil de conduite du changement respectant la dimension humaine autour de l'acte de construire ou rénover, sans se substituer ni interférer avec les logiciels de comptabilité, de devis, de gestion commerciale...

Il permet notamment :

- De prendre en compte des recommandations en matière d'hygiène, de sécurité et de santé au travail,
- De transférer les nouvelles et bonnes pratiques,
- De faciliter la transition vers de nouveaux comportements induits par les évolutions du secteur,
- De proposer aux entreprises artisanales des outils d'organisation, d'auto-évaluation et de formation adaptés à leur taille, prenant en compte la composante « métiers » de leur activité,
- De faire progresser le niveau d'équipement et d'usage des technologies numériques des TPE du Bâtiment en les accompagnant à travers l'utilisation optimale des services en ligne et de la mobilité,
- De fournir à l'entreprise une méthodologie, facilitant son engagement dans une démarche qualité,
- De proposer une démarche permettant de répondre globalement aux enjeux du développement durable sur le chantier du bâtiment.

Des entreprises artisanales ont déjà été associées en qualité d'experts professionnels afin d'apporter leurs avis, faire remonter leurs besoins et leurs expériences, tout au long du développement de cette plate-forme et lors de la phase d'expérimentation.

Le projet Batipr@tic s'étale sur une durée de trois ans et s'achèvera en 2014.

Faites-nous part de votre opinion sur cette lettre d'information ou l'information diffusée sur artifrance.fr en copiant l'adresse suivante dans votre navigateur ou en cliquant ici : <http://www.artifrance.fr/enquete-de-satisfaction-et-devaluation>