



Par **Antoine Mussard**,  
Fondateur de l'agence  
web VRDCI

# Développ projet

**Créer un projet internet dans les règles de l'art n'est pas évident. La route est semée d'embûches qui peuvent être très gênantes sur le long terme si elles ne sont pas prises en compte dès le début.**

**Voici donc six points essentiels à prendre en compte :**

**1 Déposer sa marque**  
Afin de ne pas vous faire poursuivre juridiquement par des ayants droit, il faut vérifier que le nom supportant votre projet n'est pas déjà utilisé par un tiers, auprès de l'INPI ainsi que des greffes. Si ce n'est pas le cas, vous pourrez alors vous protéger en déposant la marque à l'INPI (cela peut se faire en ligne). Si une marque vous intéresse fortement mais qu'elle est déjà réservée mais non exploitée, il est possible d'ouvrir un dossier à l'INPI pour abandon de marque.

**2 Déposer le nom de domaine (correspondant à la marque)**  
Il faudra le faire chez un professionnel du nom de domaine aussi appelé registrar et éviter les sociétés dont ce n'est pas le métier principal. Il est primordial de centraliser tous ses noms de domaine chez le même registrar mais surtout ne pas prendre l'hébergement chez lui, car vous devez pouvoir rapidement changer d'hébergeur s'il y a un problème technique.  
Il faudra aussi déposer le nom de domaine vous-même et ne pas le faire par l'intermédiaire d'un tiers. Les tiers ont parfois la tendance à se définir propriétaire du nom de domaine déposé et cela devient un vrai problème sur le long terme.  
Pour le dépôt en lui-même, n'oubliez pas de déposer les variantes afin d'éviter que l'on vous détourne des noms de domaine approchant. Dans le cas de nom de domaine composé, réservez avec et sans tirets, en privilégiant les

.com et .fr pour un projet français. Dans tous les cas, il vaut mieux éviter les .net (sociétés de télécom) .org (association) et .eu (structure non prise en compte par les moteurs de recherche).

**3 Développer le projet**  
Le projet devra s'axer autour de la même interrogation : doit-on externaliser le projet ?  
Dans ce cas précis, il faut avant tout s'assurer que le prestataire va vous céder les droits et les sources. Ce devrait être le cas automatiquement mais il y a de nombreux prestataires douteux qui ne le font pas.  
L'autre point à vérifier est que vous ne dépendez pas ad vitam aeternam de votre prestataire ou d'un tiers. Il suffit de vérifier que les développements pourront être transférés très rapidement d'un hébergeur à un autre et que les sources à jour de vos développements sont en votre possession.  
Concernant la partie technique du projet, s'il y a des données dynamiques nécessitant une base de données, il faudra s'assurer que la base de données sera créée après analyse en MERISE ou en UML.  
Dernier point, il peut être tentant à court terme d'utiliser des systèmes de sites précréés appelés des CMS (Content Management System), qui sont relativement rapides à mettre en place mais qui ont deux défauts : une contrainte quant au rendu graphique et des prix qui s'envolent pour des développements spécifiques à chaque projet.

# ez votre Internet en 6 étapes

Si vous choisissez un développement en interne, il faudra veiller à utiliser des technologies pérennes et éprouvées. C'est le cas de PHP/mysql qui devrait être maintenant au centre de chaque projet internet.

## 4 Réfléchir aux solutions de paiement

Il faut avant tout ne pas collecter la carte bleue directement sur votre site web car cela fera fuir la plupart des acheteurs qui ne vous connaissent pas. Il convient donc de passer soit :

- Par la solution de paiement d'une banque (BNP, Crédit Agricole...)
- Par un tiers de confiance tel que PayPal, maintenant reconnu à l'international. Il faudra éviter tout autre tiers de confiance. L'avantage de PayPal est qu'il n'y a pas d'abonnement au système contrairement aux solutions bancaires.

Les deux solutions proposées gèrent facilement les abonnements et le « multidevise ». Attention cependant à bien comparer les frais qui sont négociables pour les banques.

## 5 Gérer les éventuels frais de port (pour les sites e-commerce)

Cela peut-être un casse-tête incommensurable. Il faut prendre en compte le poids, la dimension et la destination des produits. Il convient avant tout de penser au long terme et d'analyser le succès phénoménal d'Amazon

par exemple, qui a su diminuer ses marges pour rendre un coût de transport parfois nul et en 24 heures. Le choix d'un transporteur éprouvé comme UPS n'est pas obligatoirement étranger au succès.

## 6 Le point le plus important : comment trouver des clients

Il faut développer ici une stratégie obligatoirement multicanal. Le succès viendra de la multitude de méthodes et de la découverte des vecteurs les plus performants. Ces vecteurs étant spécifiques à chaque activité. Voici une liste de pistes :

- Phoning
  - Référencement Adwords
  - Référencement naturel (avec paiement aux résultats)
  - Emailing : cette méthode extrêmement efficace doit être utilisée en connaissance de cause et notamment pour la cible B2C. L'utilisateur doit avoir donné explicitement son accord pour recevoir des emails publicitaires (retrouvez notre tribune sur l'e-mailing dans le i-entreprise n°63).
  - Salon
  - Porte à porte (en B2B)
  - Réseaux sociaux  
Twitter et Google+ pour le B2B  
Twitter, Google+ et Facebook pour le B2C
- Mais le retour sur investissement sur les réseaux sociaux par rapport au temps passé reste à démontrer à ce jour...

VRDCI est une agence web globale créée fin 1999 proposant du référencement naturel avec paiement aux résultats en première page de Google.

Plus d'informations sur <http://www.referencement-vrdci.com>