**Rapport**

**D'audit**

SAE 101

**Promo 2023 - 2026**

**Audit et Communication**

**MMI-1**

**Morillo Kévin**

**Chennour Adam**

Sommaire:

[**I. Ergonomie et Accessibilité 3**](#_s4csj08dx5lz)

[Analyse Du besoin 3](#_je5tklvbmbuj)

[Analyse du Client 3](#_ld34zpg9t2l2)

[Site Concurrent 4](#_cjhttaf0fh77)

[Analyse du site web Boulanger Béziers 5](#_s8726pis6gmf)

[Analyse du site web concurrent - Darty Béziers 12](#_sdhz29knazgr)

[**II. Charte Graphique 17**](#_7ois2wwgdwxa)

[Logo 18](#_bz8yep2q9hjm)

[Couleur 20](#_94vbrd7ybsmy)

[Pictogramme 22](#_c2t6gbmr2369)

[**II. Annexe: 24**](#_4vhgflfmd6zr)

[Grille D’Analyse Ergonomique Vierge 25](#_nt2g258xa8zm)

[Compte Rendu D’Intervention 30](#_udyfmi3597y3)

# Ergonomie et Accessibilité

## Analyse Du besoin

Nous sommes dans une nouvelle aire, les gens consultent constamment la page d’un site ainsi que leurs avis avant de s’y rendre.

Boulanger n’en fait pas l'exception, le site devient la vitrine de la boutique. Il va servir à promouvoir ses produits, ses services, sa qualité de renseignement, ses événements et bien plus encore.

Pour cela le site doit disposer de plusieurs informations essentielles:

* Mettre en avant les événements et les offres du moment en avant.
* Mettre en avant les commentaires positifs ainsi que la qualité de service.
* Être joignable, donc permettre aux clients d’avoir toutes les informations de coordonnées et de contacts nécessaires.
* Fidéliser les clients aux valeurs de boulanger
* Leurs faire comprendre habilement qu’ils font partie de la famille Boulanger et qu’ils contribuent à un cycle de vie de produits sain.

Autre défi, Boulanger fait pleins de petites bonnes actions mais sans pour autant s’en vanter.

Alors comment faire apparaître cela subtilement pour que le client en soit informé ?

## Analyse du Client

Le domaine de la vente de produits d'électroménager, de multimédia, nous pouvons constater une clientèle très diversifiés et assez exigeante.

Cette clientèle se compose de tout type de personnes, en passant de l’amateur de produit électroménager à la recherche du dernier produit innovant à la personne âgée qui a besoin de conseil pour un produit dont elle a besoin mais aussi au jeune qui a besoin d’un nouveau téléphone portable.

Il est important de noter que cette clientèle montre une forte sensibilité aux promotions ou aux réductions spéciales. C’est un marché très disputé dans lequel l’enjeu est d’avoir une bonne stratégie marketing afin d’attirer et de fidéliser ces clients. Cependant il est tout aussi important de souligner que ces consommateurs montrent une très grande importance vis à vis de la qualité de service ainsi que des conseils des vendeurs.

Dans le contexte actuel, le numérique et la présence en ligne sont d’une très grande importance. Les clients potentiels scrutent chaque produit, chaque avis et comparent différentes enseignes avant de s’y rendre.

Par conséquent, une stratégie marketing numérique bien pensé est primordial afin de mettre en avant la fiabilité des produits, la qualité de service client et l’expertise de l’entreprise.

## Site Concurrent

Boulanger Béziers, ouvert le 4 juin 2009 est une entreprise familiale appartenant au groupe AFM. Boulanger est une enseigne appartenant à la catégorie des grandes surfaces spécialisées, elle propose de l’équipement d’électroménager et de multimédia.

Boulanger n’est pas tout seul sur le marché de l’électroménager et du multimédia.

En effet de nombreux concurrents sont présents, c’est le cas par exemple de Darty qui ouvre ses portes en novembre 2009 et qui va lui aussi proposer des gammes de produits assez similaires à Boulanger. Il se font notamment concurrence dans l’industrie de la vente au détail d’électroménager et d'électronique grand public.

La Fnac elle aussi est en concurrence direct avec Boulanger. Les deux entreprises opèrent toutes les deux dans le secteur de produits électroniques, culturels et d’équipements informatiques.

Electro Dépôt ouvre ses portes en septembre 2011 à Béziers, elle aussi est un acteur majeur de la vente au détail d’électroménager et d'électronique. Elle se positionne comme une alternative économique en proposant des produits à des prix compétitifs.

But Béziers lui aussi est un concurrent à Boulanger, notamment sur le secteur de l'électroménager, du multimédia ainsi que des appareils électroniques (télé, son, images, …).

Bien évidemment Amazon lui aussi est un concurrent à boulanger, il propose la majeure partie des produits disponible chez Boulanger. Il est un gros concurrent de par sa taille mais aussi ses prix et délais de livraisons compétitifs.

## Analyse du site web Boulanger Béziers

| **Aspect Techniques et Fonctionnels** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Le site a une taille adaptée à l’écran | Oui | Le site est adapté à l'écran, les informations sont facilement visibles sans être trop volumineuses. |
| Le site s’affiche sur tous les navigateurs | Oui | Le site fonctionne sur tous les navigateurs les plus connus: google, microsoft edge, mozilla firefox, opera, … |
| Le site est-il adapté aux appareils mobiles ? | Oui | Le site est bien adapté aux appareils mobiles même si cela est moins appréciable car nous avons moins d’informations disponible en même temps. |
| Le site charge rapidement | Oui | Avec une connexion moyenne le site charge en environ 1,5 sec ce qui est très correct. |
| Le site est pas trop surchargé | Oui | Le page d’accueil du site présente les informations nécessaires sans superflu. |
| Le site comprend une toolbox (regroupe des options de site qui exécutent des actions) | Oui | Le site comprend une toolbox dont des informations de contact, de navigation, d’aide grâce à l'assistant “Gustave”. |
| Le site permet aux utilisateurs malvoyants de pouvoir comprendre les informations du site. | Non | Pas de fonctionnalité permettant aux malvoyants de regarder les images. Un texte en survol de l’image pourrait être mis en place afin de décrire l’image. |
| Si oui, par quels moyens ? | Autres |  |

| **Navigation** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Type de navigation | Hiérarchique | Le type de navigation utilisé est Hiérarchique. Quand on choisit une catégorie de produit, on est amené à des caractéristiques différentes puis à d’autres produits qui correspondent à nos recherches. |
| Le menu est tout de suite identifiable sur le site | Oui |  |
| Si oui quel type de menu | Autres | Un menu horizontal est présent en tête de page mais nous avons aussi un menu déroulant pour les produits |
| Le menu est toujours visible à l’écran | Non | Non, une fois en bas de page le menu disparaît, il faut donc remonter en haut de page pour pouvoir y avoir accès. |
| Les rubriques du site sont facilement identifiable et explicites | Oui | Les rubriques sont aisément identifiable, tout est regroupé par des catégorie bien précise |
| Le nombre de rubrique principales dans le menu est bien choisi | Non | Dans le menu déroulable (Produit) Il y a trop de catégories (10), il faudrait au maximum en avoir 7. |
| L’information est trouvé en moins de 3 cliques | Oui | Tout est suffisamment bien disposé pour que l’on puisse trouver un produit spécifique en au moins 3 cliques. |
| Lien entre les pages | Plusieurs | On retrouve plusieurs liens entre les pages. Du structurelle: lien menant des catégories jusqu’à un produit. De l’associatif: les produits recommandés en fonction de nos recherches; Mais aussi de l’utilitaire: avec par exemple la toolbox. |
| Si Structurelle | Inverted-L | Le menu principal se trouve en haut au centre de la page et le local (menu produit) est à gauche à la verticale. |
| Si Associative | Navigation Intégré | Les liens sont directement intégrés dans le texte. |
| Le site possède aucun lien erroné | Oui | Aucun lien erroné trouvé. |
| Les liens sont explicites | Oui | On comprend aisément vers où les liens nous mènent. |
| Les liens sont mis en valeur | Oui | Les liens sont pour la plupart sous la forme de boutons cliquables. |
| Le site possède un moteur de recherche efficace | Oui | Le moteur de recherche est efficace, on trouve nos besoins facilement en mettant les mots clés. |

| **Design Graphique** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Le site est agréable à l’oeil | Oui |  |
| Le site comprend un footer (pied de page) | Oui |  |
| Le site est homogène d’une page à l’autre | Oui |  |
| Le nombre de couleurs est limité | Oui | Il y a suffisamment de couleur, une gestion assez habile avec le orange qui rappelle la couleur de la marque. |
| Les visuels (Images, Logo, Icônes) apportent de l’informations | Oui | Les pictogrammes, logo et image sont bien utilisés et représentent bien ce qu’ils indiquent. |
| La marque est clairement identifiable sur le site | Oui |  |
| Le site comporte un logo visible et facile à retenir | Oui |  |
| Le site utilise pas trop de police d’écriture | Non |  |
| Le texte est facilement visible (taille, soulignement, italique, …) | Oui | Le site comporte des polices assez modernes (Open sans), qui est une police facile à lire, de plus les mot important sont mis en gras ce qui est un confort supplémentaire. |
| Ligne de force (formes, zones, masses ombres) | Plusieurs | On retrouve beaucoup de forme carré et rectangulaire qui représente un côté professionnel, de confiance et de sécurité. |

| **Information est contenu** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Un bloc avec des informations qui circulent est présent | Non |  |
| A t-on le temps de bien les lire ? | Non |  |
| Le contenu est régulièrement actualisé | Oui | Les horaires, événements ou offres sont régulièrement mis à jour. |
| La grammaire et l’orthographe sont mis en avant | Oui |  |
| Le contenu important est mis en avant | Oui | Les horaires, coordonnées du magasin ainsi que de la prise de contact est mis en avant. |
| Le contenu correspond aux attentes de l’utilisateur | Oui |  |

| **Interactivité** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Retrouve t-on un onglet de prise de contact sur le site ? | Oui |  |
| Si oui, quels sont les éléments de cette page ? | Info | Numéro de téléphone |
| Il répond aux exigences légales | Oui |  |
| Le site possède une newsletter | Oui |  |

| **Spécificité au E-commerce** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Les mentions légales sont présentes | Oui |  |
| Les informations juridique sont clairement précisées | Oui |  |
| Le site possède un espace sécurisé pour toute transaction bancaire | Oui |  |
| Le site propose plusieurs méthodes de paiements | Oui |  |
| Le site propose une facture claire et complète suite à une transaction | Oui |  |
| Un mail est envoyé pour confirmer une transaction | Oui |  |
| Le SAV est efficace | Oui |  |
| Les produits sont bien décrits | Oui |  |
| Le contenu du panier est conforme aux choix de l’utilisateur | Oui |  |

## Analyse du site web concurrent - Darty Béziers

| **Aspect Techniques et Fonctionnels** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Le site a une taille adaptée à l’écran | Oui | Le site est adaptée à l’écran; |
| Le site s’affiche sur tous les navigateurs | Oui |  |
| Le site est-il adapté aux appareils mobiles ? | Oui | La navigation est intuitive sur mobile |
| Le site charge rapidement | Oui | Le site rapidement |
| Le site n’est pas trop surchargé | Non | Le site est surchargé avec beaucoup d’info pour l’utilisateur qui peut se sentir perdu |
| Le site comprend une toolboxe (regroupe des options de site qui exécutent des actions) | Oui |  |
| Le site permet aux utilisateurs mal voyant de pouvoir comprendre les informations du site. | Non |  |
| Si oui, par quels moyens ? | Autres |  |

| **Navigation** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Type de navigation | Linéaire |  |
| Le menu est tout de suite identifiable sur le site | Oui | Oui il est identifiable par un ruban qui est clair et pas surcharger |
| Si oui quel type de menu | Déroulant |  |
| Le menu est toujours visible à l’écran | Non | Le menu disparaît après un défilement de la page |
| Les rubriques du site sont facilement identifiable et explicites | Non | Non les catégorie sont pas facilement identifiable |
| Le nombre de rubrique principales dans le menu est bien choisi | Oui |  |
| L’information est trouvé en moins de 3 cliques | Oui |  |
| Lien entre les pages | Associative |  |
| Si Structurelle | // |  |
| Si Associative | Navigation Intégré | Liens intégrés |
| Le site possède aucun lien erroné | Non |  |
| Les liens sont explicites | Oui |  |
| Les liens sont mis en valeur | Non | Il est parfois difficile de reconnaître les liens |
| Le site possède un moteur de recherche efficace | Oui | Le moteur de recherche est visible et fonctionne correctement |

| **Design Graphique** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Le site est agréable à l’oeil | Oui |  |
| Le site comprend un footer (pied de page) | Oui | Le site comporte un footer avec tout les infos essentiel |
| Le site est homogène d’une page à l’autre | Oui | le site est homogène le style graphique est le même |
| Le nombre de couleurs est limité | Oui | Seulement le rouge est utiliser qu’a part le blanc du site et le noir du texte |
| Les visuels (Images, Logo, Icônes) apportent de l’informations | Oui |  |
| La marque est clairement identifiable sur le site | Oui |  |
| Le site comporte un logo visible et facile à retenir | Oui |  |
| Le site utilise pas trop de police d’écriture | Oui |  |
| Le texte est facilement visible (taille, soulignement, italique, …) | Non | Trop de texte, une police trop petite et avec aucun mot clé mis en gras; |
| Ligne de force (formes, zones, masses ombres) | Plusieurs | Beaucoup de formes carrés et rectangles apportent la sécurité et le professionnalisme. |

| **Information est contenu** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Un bloc avec des informations qui circulent est présent | Non |  |
| A t-on le temps de bien les lire ? | Non |  |
| Le contenu est régulièrement actualisé | Oui |  |
| La grammaire et l’orthographe sont mis en avant | Oui |  |
| Le contenu important est mis en avant | Oui |  |
| Le contenu correspond aux attentes de l’utilisateur | Non | Aucun produit ne semble disponible sur le site Darty Béziers, juste des informations de coordonnées et de contact. |

| **Interactivité** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Retrouve t-on un onglet de prise de contact sur le site ? | Oui |  |
| Si oui, quels sont les éléments de cette page ? | Info | Numéro de téléphone |
| Il répond aux exigences légales | Oui |  |
| Le site possède une newsletter | Non |  |

| **Spécificité au E-commerce** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Les mentions légales sont présentes | Oui |  |
| Les informations juridique sont clairement précisées | Oui |  |
| Le site possède un espace sécurisé pour toute transaction bancaire | Oui |  |
| Le site propose plusieurs méthodes de paiements | Oui |  |
| Le site propose une facture claire et complète suite à une transaction | Oui |  |
| Un mail est envoyé pour confirmer une transaction | Oui |  |
| Le SAV est efficace | Oui |  |
| Les produits sont bien décrits | Non | Pas de produit sur le site de Darty Béziers mise à part un onglet pour prendre rendez-vous pour des cuisines sur mesure. |
| Le contenu du panier est conforme aux choix de l’utilisateur | Non | pas de panier |

# Charte Graphique

Cette Charte Graphique a pour objectif de répertorier les différents éléments qui composent le site Boulanger Béziers.

Elle définit les règles visuelles et graphiques à suivre pour avoir une cohérence dans l’identité visuelle de la marque.

Cela inclut de multiples éléments tels que: “l’utilisation des couleurs”, “des polices d’écritures”, “des logos”, “des images”, … .

En faisant tout cela on assure une uniformité visuelle dans notre communication et ainsi être crédible vis à vis des clients.

## Logo

# 

Le Logo Boulanger présente le nom de son entreprise dans une police personnalisée créée spécifiquement pour la marque.

Elle reflète l’identité et les valeurs de Boulanger.

On peut voir à gauche un ovale avec à l’intérieur la lettre “b” de boulanger.

La couleur du logo est un orange (#FF6600) qui a été choisi pour plusieurs raisons:

* Sa visibilité, en effet le orange est une couleur vive et accrocheuse qui attire l’attention. Elle permet au logo de se démarquer dans les publicités.
* Le orange est une couleur chaude, qui rappelle la convivialité et l’énergie positive.
* Le orange peut aussi apporter une impression de dynamisme et d’innovation ce qui est en rapport avec les produits vendus par boulanger.

## Couleur

Le site est composé principalement de deux couleurs afin de ne pas surcharger l’utilisateur.

Couleur Orange  : #D14600

* Utilisé pour la couleur de fond des boutons / Infos importantes
* Contribue à l’uniformité visuel du site
* contraste de orange

Couleur Orange  : #FF6600

* Utilisé pour la couleur du logo
* Quelques boutons du site
* Amène un jeux de contraste qui est agréable pour le visiteur du site

Couleur Orange  : #FFFFFF

* Fond de couleur clair pour mettre en valeur le texte noir ainsi que les contrastes de couleurs oranges utilisés
* Idéale pour dégager une certaine pureté de l’interface du site et faciliter les informations pour l'utilisateur.

**Palette de couleurs uniforme:** Une palette de couleurs limitée peut donner à votre site un aspect professionnel et cohérent. Une palette de couleurs cohérente contribue à renforcer l’identité de votre marque. Lorsque les utilisateurs voient ces couleurs spécifiques, ils peuvent immédiatement associer le design à une marque spécifique. Des couleurs harmonieuses assurent une expérience utilisateur confortable. Guidez vos utilisateurs à travers votre contenu sans les distraire. De plus, les couleurs évoquent des émotions. Une palette cohérente aide à guider les utilisateurs à travers une expérience émotionnelle prédéfinie lorsqu'ils interagissent avec votre contenu.

**Sélection et combinaison appropriées de couleurs :** la sélection des couleurs peut évoquer certaines émotions et sensations chez l'utilisateur, et le contraste joue un rôle important pour attirer l'attention et diriger le regard de l'utilisateur. L’utilisation judicieuse des couleurs claires et foncées comme le blanc, l’orange et le noir démontre parfaitement ce principe. L’utilisation du noir sur blanc garantit une lisibilité optimale et fait ressortir clairement les éléments importants. L’ajout d’accents d’orange, une couleur vive et énergique, maintient l’équilibre apaisant entre le noir et le blanc tout en ajoutant du dynamisme sans surcharger l’œil. Cette combinaison crée non seulement une hiérarchie visuelle où certains éléments se démarquent tandis que d'autres se fondent, mais elle ajoute également de la profondeur et de la dimension au design. Sur le plan émotionnel, le noir évoque souvent la sophistication, la pureté du blanc, ainsi que l'énergie et la créativité de l'orange. Combinez ces couleurs pour créer une palette d’émotions riche et diversifiée. Cela rend le design dynamique et mémorable.

**L’utilisation de couleurs neutres et apaisantes** a souvent un impact positif sur l’expérience utilisateur. La palette de couleurs limitée permet d'adapter facilement le design aux différentes sections et pages de votre site Web.

## Pictogramme



: Dans ce pictogramme nous pouvons retrouver la géolocalisation de notre magasin

# 

: Dans ce pictogramme nous pouvons retrouver toute la gestion et la création de notre compte.

# 

: Dans celui-ci on retrouve les articles voulu que l’on ajoute dans un panier pour ensuite passer une commande.

# 

: Ici on retrouve les réseaux sociaux du magasin.

# 

Ces pictogrammes présentent les différents services proposés par boulanger, on y retrouve par exemple les références, les échanges et remboursement, … .

# 



Ces pictogrammes présentes plusieurs type de service et de biens:

* L’abonnement Infinity
* La livraison offerte et ses conditions
* Les conditions de retour
* Le SAV
* Le Drive



Ces pictogrammes nous invite à télécharger l’application Boulanger sur Max ou Android.

* Les pictogrammes utilisés sont sobres et simples pour pas perdre l’utilisateur sur des détails insignifiant tout en étant en harmonie avec la charte graphique qui elle aussi est sobre et simple ce qui donne un sens de sophistication et de modernité
* Les icônes sont stratégiquement placées pour guider l'utilisateur. Par exemple, les icônes de navigation principales sont situées en haut de la page, là où la plupart des utilisateurs s'attendent à les trouver.et Les icônes choisies sont assez standardisées et couramment utilisées sur de nombreux sites web, ce qui les rend immédiatement reconnaissables pour la majorité des utilisateurs.

Visuel Utilisé

# II. Annexe:

[**Grille D’Analyse Ergonomique Vierge 15**](#_nt2g258xa8zm)

[**Compte Rendu D’Intervention 19**](#_udyfmi3597y3)

### Grille D’Analyse Ergonomique Vierge

| **Aspect Techniques et Fonctionnels** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Le site a une taille adaptée à l’écran | Non |  |
| Le site s’affiche sur tous les navigateurs | Non |  |
| Le site est-il adapté aux appareils mobiles ? | Non |  |
| Le site charge rapidement | Non |  |
| Le site n’est pas trop surchargé | Non |  |
| Le site comprend une toolboxe (regroupe des options de site qui exécutent des actions) | Non |  |
| Le site permet aux utilisateurs mal voyant de pouvoir comprendre les informations du site. | Non |  |
| Si oui, par quels moyens ? | Autres |  |

| **Navigation** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Type de navigation | Linéaire |  |
| Le menu est tout de suite identifiable sur le site | Non |  |
| Si oui quel type de menu | Déroulant |  |
| Le menu est toujours visible à l’écran | Non |  |
| Les rubriques du site sont facilement identifiable et explicites | Non |  |
| Le nombre de rubrique principales dans le menu est bien choisi | Non |  |
| L’information est trouvé en moins de 3 cliques | Non |  |
| Lien entre les pages | Strucurelle |  |
| Si Structurelle | Inverted-L |  |
| Si Associative | Navigation Intégré |  |
| Le site possède aucun lien erroné | Non |  |
| Les liens sont explicites | Non |  |
| Les liens sont mis en valeur | Non |  |
| Le site possède un moteur de recherche efficace | Non |  |

| **Design Graphique** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Le site est agréable à l’oeil | Non |  |
| Le site comprend un footer (pied de page) | Non |  |
| Le site est homogène d’une page à l’autre | Non |  |
| Le nombre de couleurs est limité | Non |  |
| Les visuels (Images, Logo, Icônes) apportent de l’informations | Non |  |
| La marque est clairement identifiable sur le site | Non |  |
| Le site comporte un logo visible et facile à retenir | Non |  |
| Le site utilise pas trop de police d’écriture | Non |  |
| Le texte est facilement visible (taille, soulignement, italique, …) | Non |  |
| Ligne de force (formes, zones, masses ombres) | Triangle |  |

| **Information est contenu** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Un bloc avec des informations qui circulent est présent | Non |  |
| A t-on le temps de bien les lire ? | Non |  |
| Le contenu est régulièrement actualisé | Non |  |
| La grammaire et l’orthographe sont mis en avant | Non |  |
| Le contenu important est mis en avant | Non |  |
| Le contenu correspond aux attentes de l’utilisateur | Non |  |

| **Interactivité** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Retrouve t-on un onglet de prise de contact sur le site ? | Non |  |
| Si oui, quels sont les éléments de cette page ? | Info |  |
| Il répond aux exigences légales | Non |  |
| Le site possède une newsletter | Non |  |

| **Spécificité au E-commerce** | **Réponse** | **Commentaire** |
| --- | --- | --- |
| Les mentions légales sont présentes | Non |  |
| Les informations juridique sont clairement précisées | Non |  |
| Le site possède un espace sécurisé pour toute transaction bancaire | Non |  |
| Le site propose plusieurs méthodes de paiements | Non |  |
| Le site propose une facture claire et complète suite à une transaction | Non |  |
| Un mail est envoyé pour confirmer une transaction | Non |  |
| Le SAV est efficace | Non |  |
| Les produits sont bien décrits | Non |  |
| Le contenu du panier est conforme aux choix de l’utilisateur | Non |  |

### 

### 

### Compte Rendu D’Intervention

Responsables du compte rendu: MORILLO Kévin et CHENNOUR Adam

Ce Lundi 25 septembre 2023 nous avons eu l’intervention de monsieur Maurice AFONSO directeur de Boulanger Béziers. Cette intervention a eu lieu dans l’IUT de Béziers dans le cadre de la SAÉ qui a pour but de réaliser un audit de site web.

L’objectif de l’intervention de monsieur AFONSO était que l’on puisse mieux comprendre les objectifs de Boulanger, quelles étaient leurs valeurs, la clientèle recherchée, leurs buts.

Boulanger est une entreprise familiale française fondée par deux frères Bernard et Gustave Boulanger. Le premier magasin ouvre ses portes en 1954 à Lille, dans le Nord puis va rapidement se développer et ouvrir plusieurs autres magasins.

En 1986 le Groupe Mulliez prend le contrôle de la société et à partir de là, Boulanger commence à se développer à l'échelle international.

Boulanger Béziers, lui ouvre ses portes en 2009 et compte maintenant 50 salariés et un chiffre d'affaires de 34 Millions d’euros (2021).

Boulanger Béziers possède son propre site web (mini site) sur lequel il peut modifier à sa guise et surtout adapté de manière locale. Il va servir à promouvoir une offre saisonnière, un produit local, des événement, les ouvertures du magasin, leur coordonnées et contact et plus encore.

Depuis l'arrivée d’internet, tout à changé. C’est le cas par exemple pour les avis d’un magasin. Aujourd’hui, quand on a une mauvaise expérience / un mécontentement avec un magasin / un vendeur, nous avons juste à sortir notre téléphone est poster son avis sur la page google du magasin. Hors avant quand nous avions une mauvaise expérience, on sortait du magasin et on allait voir ailleurs. Une fois rentré chez soi, une fois la tête bien froide on avait le temps de bien réfléchir à si on allait vraiment mettre un avis pour une bricole.

Là on réagit directement à chaud, à peine sorti du magasin voir même directement dans le magasin. Seulement de nos jour, un client avant de se rendre dans une boutique il regarde quasiment à chaque fois les avis google du magasin et si 5 commentaires négatifs de client mécontent nous tombe en première page, on a beaucoup moins envie de se rendre dans le magasin.

C’est pourquoi la gestion des avis de son magasin devient un nouveau défi. Répondre au plus vite aux clients mécontents et primordial, comprendre la raison de se mécontentement et le régler au plus vite.

L’écologie devient un élément très important et Boulanger s’en soucie. C’est pourquoi maintenant 95% des produits disponibles chez boulanger sont entièrement recyclables. Cela est rendu possible grâce à trois entreprises avec lesquelles boulanger est en partenariat. United B en fait partie, elle est une plateforme d'entreprises ouvertes qui améliore la vie par la technologie.

Un nouveau défi surface avec le site web, boulanger fait pleins de petites actions positives que toutes les entreprises concurrentes ne font pas obligatoirement. Seulement Boulanger ne le stipule nulle part. L’enjeu est de faire savoir habilement au client toutes ces choses pour que le client puisse se rattacher à des valeurs qu’il reconnaît et dont il a envie de retrouver chez boulanger.

Sur le mini site on peut retrouver comme dit ci-dessus des offres locales, c’est le cas par exemple avec weber. Nous sommes dans le sud, la plage est à 10 minutes et nous avons des étés chauds. Nous avons donc quasiment tous un barbecue dans sa maison. La mise en avant de la marque weber est donc très justifiée.

Pour conclure, je tiens à remercier monsieur AFONSO et Wassila qui a pu nous parler de son parcours et de comment elle s’occupait du mini site de boulanger, des avis google, d’analyser les statistiques du magasins, … Cette heure et demie que nous avons passée ensemble à été pour nous très intéressante et dans laquelle nous avons eu l’occasion de mieux cerner les objectifs principaux et les enjeux du mini site de boulanger Béziers.