

# AUDIT DU SITE P5 ALGOVITAL

Étude structuré du site janvier 2022

# SOMMAIRE

- Étude du site [page 1 à 18](#)
- Benchmark fonctionnelle [page 19](#)
- Résumé du benchmark [page 20](#)
- Swot [page 21](#)
- Personas [page 22](#)
- Impact mapping [page 23 à 24](#)
- Wireframe [page 25 à 26](#)
- Spécification des wireframes [page 27 à 29](#)
- Kpi [page 30](#)
- Planning du projet [page 31](#)
- Question à poser au prospect [page 32](#)

## ETUDE DU SITE CHOISI POUR LA REFONTE

Site choisi : <http://www.algovital.fr/fr/>

Domaine d'activité : Laboratoire cosmétique

Depuis près de 40 ans, ALGOVITAL est pionnier dans le concept du soin naturel « sur mesure » adapté aux spécialistes du bien-être et de la santé. L'originalité de ses formules offre une gamme de produits innovants. Cette expertise végétale a orienté l'identité de la marque sous la forme d'une cosmétique « de caractère » : crèmes, gels, synergies d'huiles variées aux actions précises et ciblées répondant aux attentes des consommateurs exigeants.

Ce rapport a pour objectifs de vous transmettre les points positifs et les voies d'amélioration détectées par l'audit de qualité du site **OPQUAST** car Ces fiches sont basées sur 217 règles qui ont fait consensus après discussion publique au sein d'une communauté de professionnels.



Auditeur : Naima Bensoltana

Date : 20/01/22

**Audit de site :**

<https://checklists.opquast.com/fr/assurance-qualite-web/>

Deux thématiques choisies :

**Formulaire**



**Ecommerce**



## Point fort : e-commerce

30	Le détail de chaque article est consultable depuis le panier
31	Aucun produit ni service annexe n'est ajouté au panier de commande sans que cette action soit déclenchée par l'utilisateur.
32	L'inscription à des services annexes n'est pas activée par défaut
33	La disponibilité des produits est indiquée avant la validation définitive de la commande.
34	Le délai de livraison estimé est indiqué avant la validation définitive de la commande.
35	Les frais de livraison estimés sont indiqués avant la validation définitive de la commande.
36	Les modalités de récupération d'un bien dématérialisé sont précisées avant la commande.
37	La modification de la quantité de chaque article, l'ajout et la suppression d'un ou plusieurs articles restent possibles avant la validation définitive de la commande.
38	La nature et les caractéristiques quantifiables des produits et services sont indiquées.
39	La période et les conditions de validité des offres spéciales et promotions sont indiquées.
40	Le sous-total détaillé est indiqué avant la validation définitive de la commande.
41	Les conditions de financement sont indiquées.

**Les numéros en vert correspond aux numéros des règles respectées**

43	E-Commerce	Les conditions de débit ou d'encaissement sont indiquées
44	E-Commerce	Les conditions de garantie sont indiquées.
45	E-Commerce	Les conditions de vente ou d'utilisation sont disponibles depuis toutes les pages.
46	E-Commerce	Les informations relatives à la zone de livraison des produits ou de réalisation des services sont indiquées.
47	E-Commerce	Les moyens de paiement acceptés et les procédures correspondantes sont indiqués.
48	E-Commerce	L'identité des prestataires impliqués dans les transactions est précisée.
49	E-Commerce	Les recours en cas de litige sont indiqués dans les conditions générales de vente ou d'utilisation.
50	E-Commerce	L'adresse et les conditions de retour des produits sont indiquées.
54	E-Commerce	Les matériels et logiciels nécessaires au fonctionnement du service sont indiqués avant la validation de la commande.
55	E-Commerce	Les prix affichés mentionnent le détail des taxes et suppléments éventuels ainsi que le montant hors taxes.

56	E-Commerce	Une adresse de livraison différente de l'adresse de facturation peut être spécifiée.
57	E-Commerce	Le site accepte au moins deux moyens de paiement.
58	E-Commerce	Les données bancaires ne sont mémorisées qu'après consentement explicite de l'utilisateur.
59	E-Commerce	Les données bancaires mémorisées par le site peuvent être modifiées ou supprimées
60	E-Commerce	La référence de la transaction est affichée au client après la validation de sa commande.
61	E-Commerce	Les factures émises sont également disponibles en ligne
62	E-Commerce	Chaque facturation fait l'objet d'un mail de confirmation
63	E-Commerce	Les mentions d'appartenance à un ordre ou groupe professionnel, d'un label ou d'une récompense sont accompagnées d'un lien vers la source.
64	E-Commerce	Les produits indisponibles font l'objet d'une différenciation visuelle et textuelle.
65	E-Commerce	Un mail indiquant la référence de la transaction et les données de la commande est envoyé suite à la validation.
66	E-Commerce	Chaque réclamation fait l'objet d'un accusé de réception.



## Points à corriger et à améliorer : e-commerce

29	E-Commerce	L'achat d'un produit ou service est possible sans création de compte.
42	E-Commerce	Les conditions de fonctionnement du service après-vente sont indiquées.
51	E-Commerce	La charge des frais de retour est indiquée avant la validation définitive de la commande.
52	E-Commerce	Le mode de dépôt et la procédure de traitement des réclamations sont indiqués.
53	E-Commerce	Les conditions de remboursement sont indiquées.

Ici les règles **42, 51, 52 et 53** ne sont pas respectées vous trouverez les détails dans les wireframes avec les spécifications de celle-ci.

## Point fort : Formulaire

67	Formulaires	Chaque champ de formulaire est associé dans le code source à une étiquette qui lui est propre.
68	Formulaires	Les informations complétant l'étiquette d'un champ sont associées à celui-ci dans le code-source
69	Formulaires	L'étiquette de chaque champ de formulaire indique si la saisie est obligatoire.
70	Formulaires	L'étiquette de chaque champ de formulaire indique, le cas échéant, quel format de saisie doit être respecté.
71	Formulaires	L'utilisateur est averti lorsqu'une saisie est sensible à la casse.
72	Formulaires	L'étiquette de chaque champ de formulaire qui le nécessite indique les limites de nombre de caractères
73	Formulaires	La création d'un mot de passe par l'utilisateur fait l'objet d'un mécanisme de prévention des erreurs de saisie.
75	Formulaires	Chaque étiquette de formulaire est visuellement rattachée au champ qu'elle décrit.
76	Formulaires	Les informations contextuelles se rapportant à un champ de formulaire lui sont visuellement rattachées
77	Formulaires	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, les champs contenant les données rejetées sont indiqués à l'utilisateur.
78	Formulaires	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, les raisons du rejet sont indiquées à l'utilisateur.
79	Formulaires	En cas de rejet des données saisies dans un formulaire, toutes les données saisies peuvent être modifiées par l'utilisateur.

80	Formulaires	Les messages d'erreur personnalisés sont exprimés dans la langue du formulaire
81	Formulaires	Lors de la saisie d'un formulaire réparti sur plusieurs pages, un récapitulatif global est affiché avant l'envoi définitif.
82	Formulaires	La page affichée après l'envoi d'un formulaire permet de reprendre directement la navigation.
83	Formulaires	La soumission d'un formulaire est suivie d'un message indiquant la réussite ou non de l'action souhaitée.
84	Formulaires	L'utilisateur est averti au début d'un processus complexe de la nature des données et documents exigées
85	Formulaires	Les processus complexes sont accompagnés de la liste de leurs étapes.
86	Formulaires	L'étape en cours d'un processus complexe est indiquée.
87	Formulaires	Chaque étape d'un processus complexe permet de revenir à l'étape précédente.
88	Formulaires	L'utilisateur est averti de la perte d'information en cas d'utilisation de l'historique de son navigateur dans un processus complexe.
89	Formulaires	La navigation dans un processus complexe ne provoque pas la perte des données précédemment soumises.
90	Formulaires	Le copier-coller est possible dans les champs de formulaire.
91	Formulaires	Les éléments d'une liste déroulante qui peuvent être regroupés le sont de manière appropriée.
92	Formulaires	Les listes d'options de formulaires sont présentées dans un ordre identifiable.
93	Formulaires	Les champs de saisie de type mail, URL, téléphone, nombre, recherche, mots de passe, heure et date sont dotés du type approprié.

## Points à corriger et à améliorer : **formulaire**

<b>74</b>	Formulaires	Les caractères saisis dans un champ de mot de passe peuvent être affichés en clair.
-----------	-------------	---

Ici seule la règle **74** est à corriger les spécifications de celle-ci seront présent dans le wireframe.

Ci-dessous l'échantillon du site représentatif des contenus, comportant les pages suivants :

<http://www.algovital.fr/fr/.....>Accueil

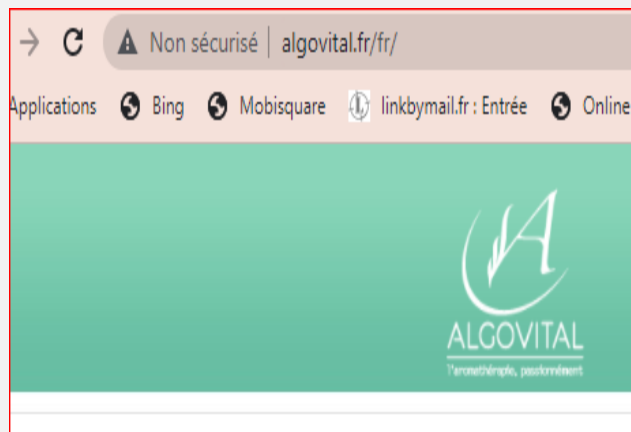
<http://www.algovital.fr/fr/nous-contacter.....>Contact

<http://www.algovital.fr/fr/content/3-conditions-utilisation.....>Légal

<http://www.algovital.fr/fr/connexion?back=my-account.....>Compte

<http://www.algovital.fr/fr/commande.....>Commande

<https://tpeweb.paybox.com/cgi/MYpagepaiement.cgi.....>Paiement



**L'url du site affiche « non sécurisé » je préconise d'installer un certificat SSL cela devra être fait de manière urgente car cela pourrait fortement nuire à établir une relation de confiance avec vos utilisateurs.**

**14 erreurs HTML ont été détectées par le site :**

**<https://validator.w3.org/nu/?useragent=Validator.nu%2FVLV+http%3A%2F%2Fvalidator.w3.org%2Fservices&acceptlanguage=&doc=http%3A%2F%2Fwww.algovital.fr%2Ffr%2F>**

**Dont 4 erreurs qui sont urgentes à corriger, vous trouverez ci-joint en PDF la place exacte de ces erreurs.**

**[C:\Users\abdel\OneDrive\Bureau\FORMATION CHEFFE DE PROJET DIGITALE\Erreur html et css\\_p5.pdf](C:\Users\abdel\OneDrive\Bureau\FORMATION CHEFFE DE PROJET DIGITALE\Erreur html et css_p5.pdf)**

<http://www.algovital.fr/fr/>

☐ 14 headings

<h1> (Missing heading)

<h2> (Missing heading)

<h3> (Missing heading)

<h4> (Missing heading)

<h5> Produit ajouté au panier avec succès

<h5> Il y a 1 produits dans votre panier. Il y a 1 produit dans votre panier.

<h5> SERUM UNIVERSEL 30ml CBIO

<h5> Gel HARPAGOPHYTUM 125ml ORG

<h5> Senteur de Hammam

<h2> Algovital partenaire du 1 er Semi Marathon de la Nesque

<h2> Biotyfull Box Été 2017 ! Algovital dans la place...

<h2> Les blogueuses "Beauté" aiment Algovital...

<h2> Formation en Aromathérapie, Algovital intègre « Éveil Nature »

<h3> (Missing heading)

<h4> Informations

<h4> Mon compte

<h4> Contactez-nous !

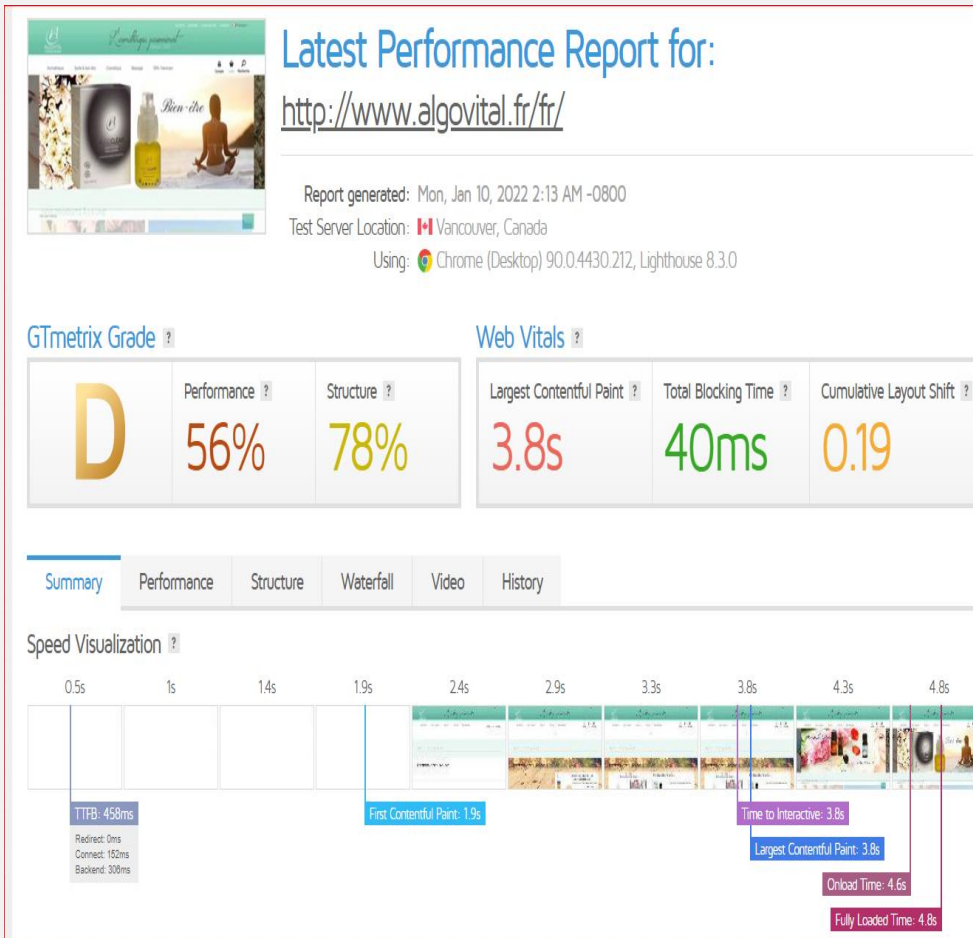
<h4> Restons connectés !

<h4> Newsletter



Erreur seo, il manque des titres de niveaux H1, H2, H3 et H4 !!!

Comprenez que si votre entreprise figure à partir de la troisième page des moteurs de recherche, elle a très peu de chance d'être vue. C'est pour cette raison qu'il est crucial de bien **référencer votre site** en vue d'acquies de la visibilité.



### PERFORMANANCE NOTE DE D :

Pour arriver à un résultat de chargement de 2s, je préconise de minifier les images et de diminuer le nombre de requête.

**Loading**



Le temps de chargement d'un site sur mobile figure au rang des critères SEO les plus importants. En effet, trop important, celui-ci est rédhibitoire pour les internautes qui n'hésitent pas à se tourner vers la concurrence. Pour Google, un site trop long n'est donc pas forcément le résultat le plus pertinent pour ses utilisateurs. Le site utilisé est **GTMETRIX**



## HTTP security headers

Name	Value	Setting secure
x-content-type-options	Header not returned	✘
x-xss-protection	Header not returned	✘
x-frame-options	Header not returned	✘
content-security-policy	Header not returned	✘
cache-control	Header not returned	!
access-control-allow-origin	Header not returned	✔
		+



## SÉCURITÉ :

La sécurité du site a été analysée avec recxsécurité les croix en rouge sur l'image ci-dessus montre plusieurs éléments de **NON** sécurisation au niveau de :

- X-content-type-option
- X-xxx-protection
- X-frame-option
- Cache-control
- Content-Security-Policy

## SYNTHÈSE DE L'AUDIT

	Évaluation	NON CONFORME	Échelle d'urgence à traiter de 1 à 5 étant la plus urgente
<b>E-commerce règle 29</b>	L'achat d'un produit ou service est possible sans création de compte.	NC	5
<b>E-commerce règle 42</b>	Les conditions de fonctionnement du service après-vente sont indiquées	NC	5
<b>E-commerce règle 51</b>	La charge des frais de retour est indiquée avant la validation définitive de la commande	NC	5
<b>E-commerce règle 52</b>	Le mode de dépôt et la procédure de traitement des réclamations sont indiqués.	NC	5
<b>E-commerce règle 53</b>	Le mode de dépôt et la procédure de traitement des réclamations sont indiqués.	NC	5
<b>Formulaire règle 74</b>	Les caractères saisis dans un champ de mot de passe peuvent être affichés en clair.	NC	4
<b>Sécurité</b>	Url sécurisé	NC	5
	X-content-type-option X-xxx-protection X-frame-option Cache-control Content-security-policy		5
<b>SEO</b>	Balisage title	NC	5
<b>Performance</b>	Vitesse de chargement	NC	5
<b>Code</b>	Html/css	NC	5

## BENCHMARK FONCTIONNELLE

Nom du site	Groupe	Date de l'analyse	Fonctionnalités																	TOTAL
			Service après Vente	FAQ	NewsLetter	Contact	Chat live	Communauté	Sauvegarde Panier	Changement de Langue	Système de paiement	Témoignage	Blog	Tutoriel	Système de parrainage	Application	Programme de fidélité	catalogue à télécharger	Réseaux sociaux	
<a href="http://www.algovital.fr/fr/">http://www.algovital.fr/fr/</a>	client	20/01/2022	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
<a href="https://www.sicaf-cosmetiques.fr/">https://www.sicaf-cosmetiques.fr/</a>	Conc.	20/01/2022	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
<a href="https://www.aroma-zone.com/">https://www.aroma-zone.com/</a>	Conc.	20/01/2022	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
<a href="https://laboratoire4e.com/">https://laboratoire4e.com/</a>	Conc.	20/01/2022	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	9

Notes : 1 point pour chaque critère présente

Remarque : le site présente de plusieurs axes d'amélioration à noter que le concurrent

Aromazone dispose de la note maximale de 17/17

# RÉSUMÉ DU BENCHMARK FONCTIONNEL

Le site présente plusieurs axes d'amélioration comme le montre le tableau ci-dessus à savoir que le site ne présente pas contrairement à ces concurrents :

- SAV
- FAQ
- NEWSLETTER
- COMMUNAUTÉ
- TÉMOIGNAGE CLIENT
- BLOG
- TUTO
- APPLICATION
- PROGRAMME DE FIDÉLITÉ
- AUCUNE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

# SWOT

Opportunité	Menace
<p>Place sur les marketplaces Internationalisation Les gens font de plus en plus attention à leurs produits cosmétique Développement sur les réseaux sociaux</p>	<p>Règlementation européenne très évolutifs Les exportations pourraient décroître sur les années 2020-2021 par rapport aux années précédentes à cause de la crise du covid</p>
Force	Faiblesse
<p>Made in France Le marché est réglementé par des normes, donnant aux consommateurs un sentiment de confiance quant à la qualité des produits.  Le marché global des cosmétiques est en plein essor : +4 %*</p>	<p>Le marché est porté par de grands groupes, <u>Natura</u> est le leader sur le marché. Les labélisations et les normes sont nombreuses et varient selon les pays, rendant difficile la comparaison entre les produits</p>

Source : - *Le marché de la cosmétique bio en pleine croissance en 2020 – CNEWS*  
- *Le marché de la cosmétique est dans une phase de transition » - Les Echos*

## NOS 3 PERSONAS



### ADMINISTRATEUR

**Stéphane 35 ans directeur général chez Algovital, ce jeune homme ingénieur agronome spécialiste de composé aromatique rejoint l'aventure algovital en 2008. Passionné par les plantes aromatiques il rêve de voir leurs produits s'exporter à l'étranger et devenir leader dans l'expertise végétal dans le monde. Le site pourrait leur offrir cette vitrine internationale qu'il espère conquérir.**



### CLIENT 1

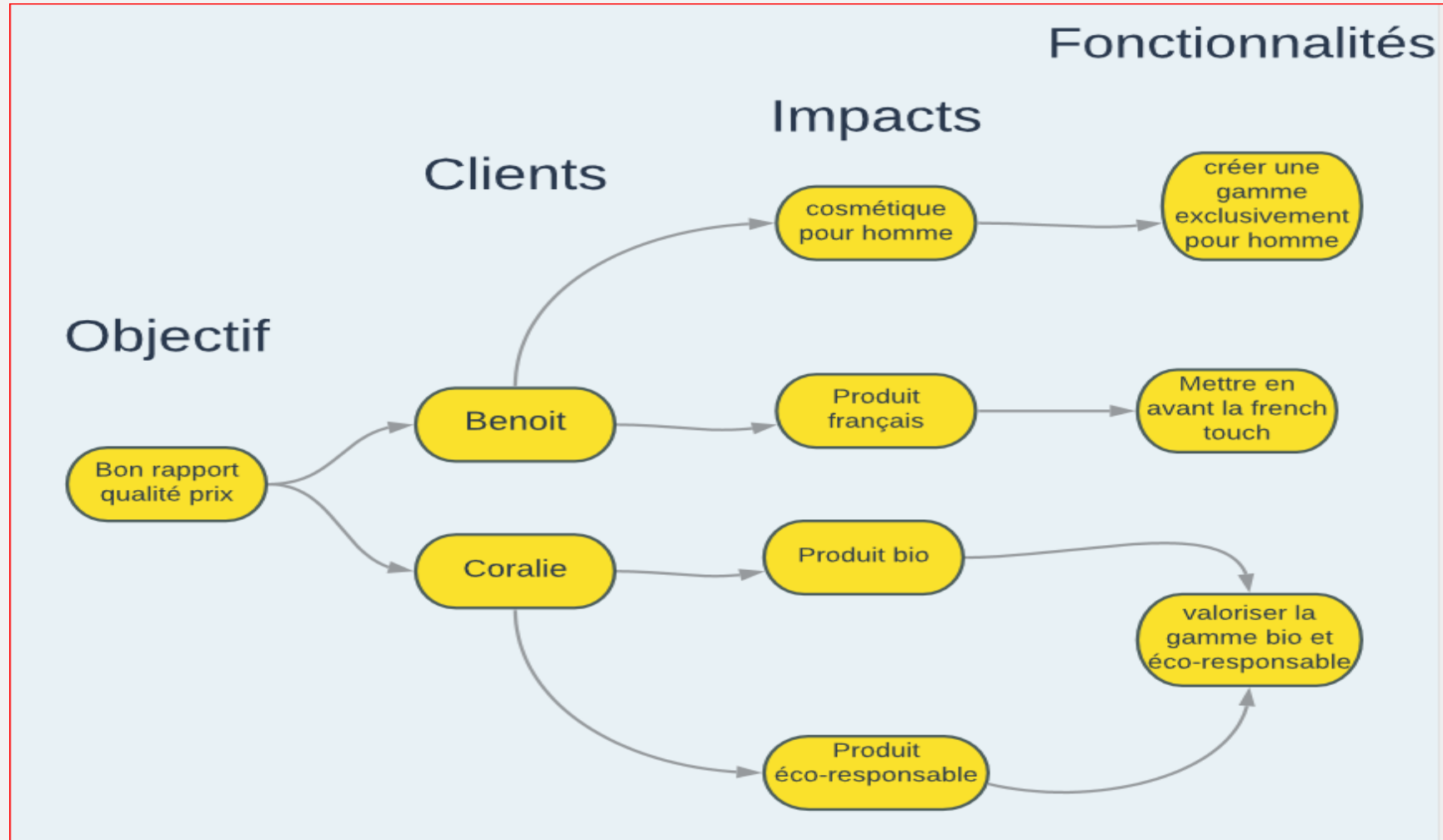
**Benoit 26 ans danseur professionnel dans un cabaret, il se maquille régulièrement et il est très frustré de ne pas trouver des produits de qualité comme on en trouve pour les femmes dans les rayons des magasins. Il souhaite des produits de qualité adaptés à sa peau masculine. Il a hâte de trouver un site ecommerce qui répondra à ces attentes.**



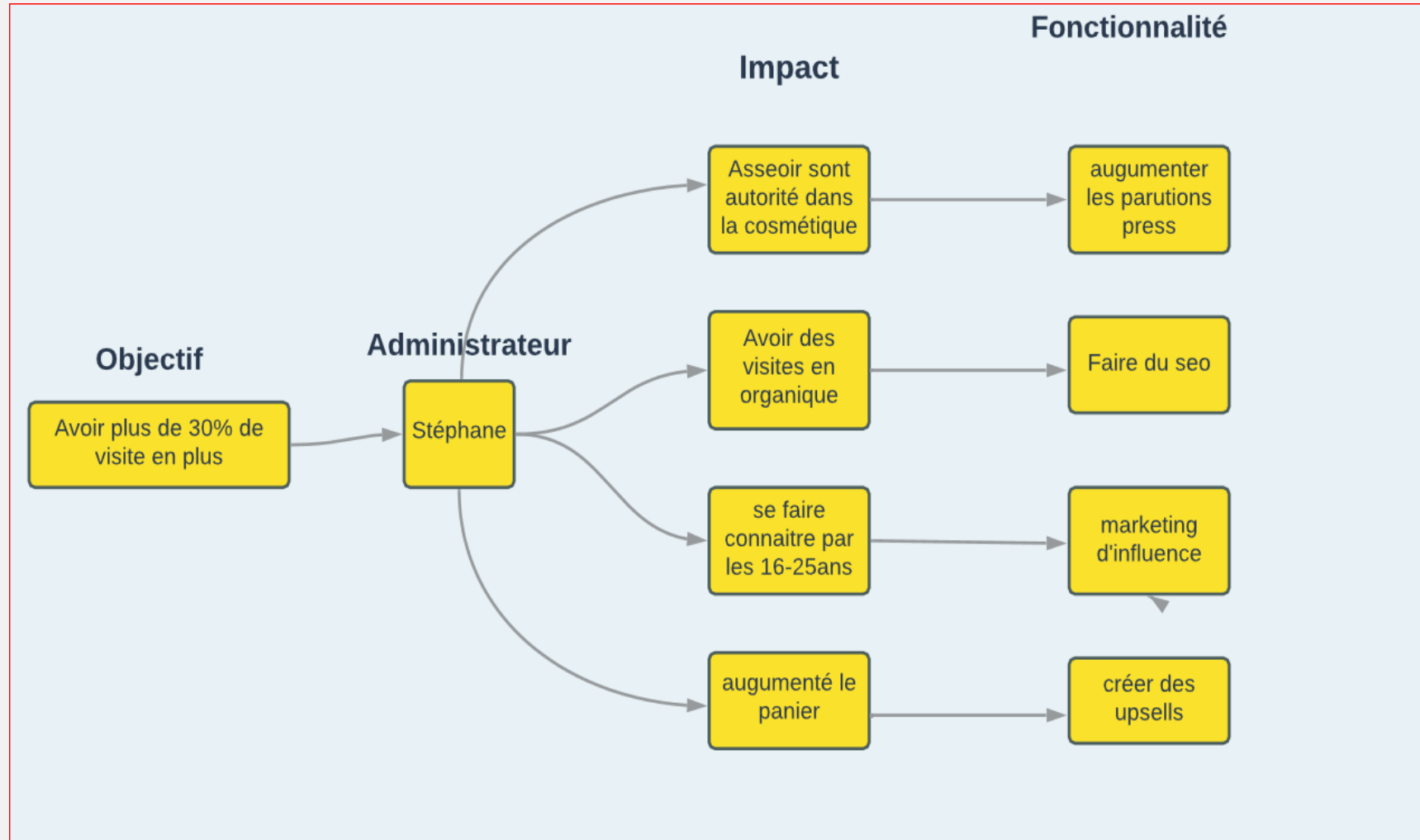
### CLIENT 2

**Coralie 45 ans, mère de famille de 3 jeunes enfants en recherche d'emploi depuis 6 mois comme assistante dentaire. Elle prend soin de son apparence mais ne consacre pas vraiment de budget à celle-ci, toutefois elle fait attention à utiliser des produits écoresponsables et regarde systématiquement les ingrédients des produits qu'elle applique sur sa peau.**

# IMPACT MAPPING CLIENT

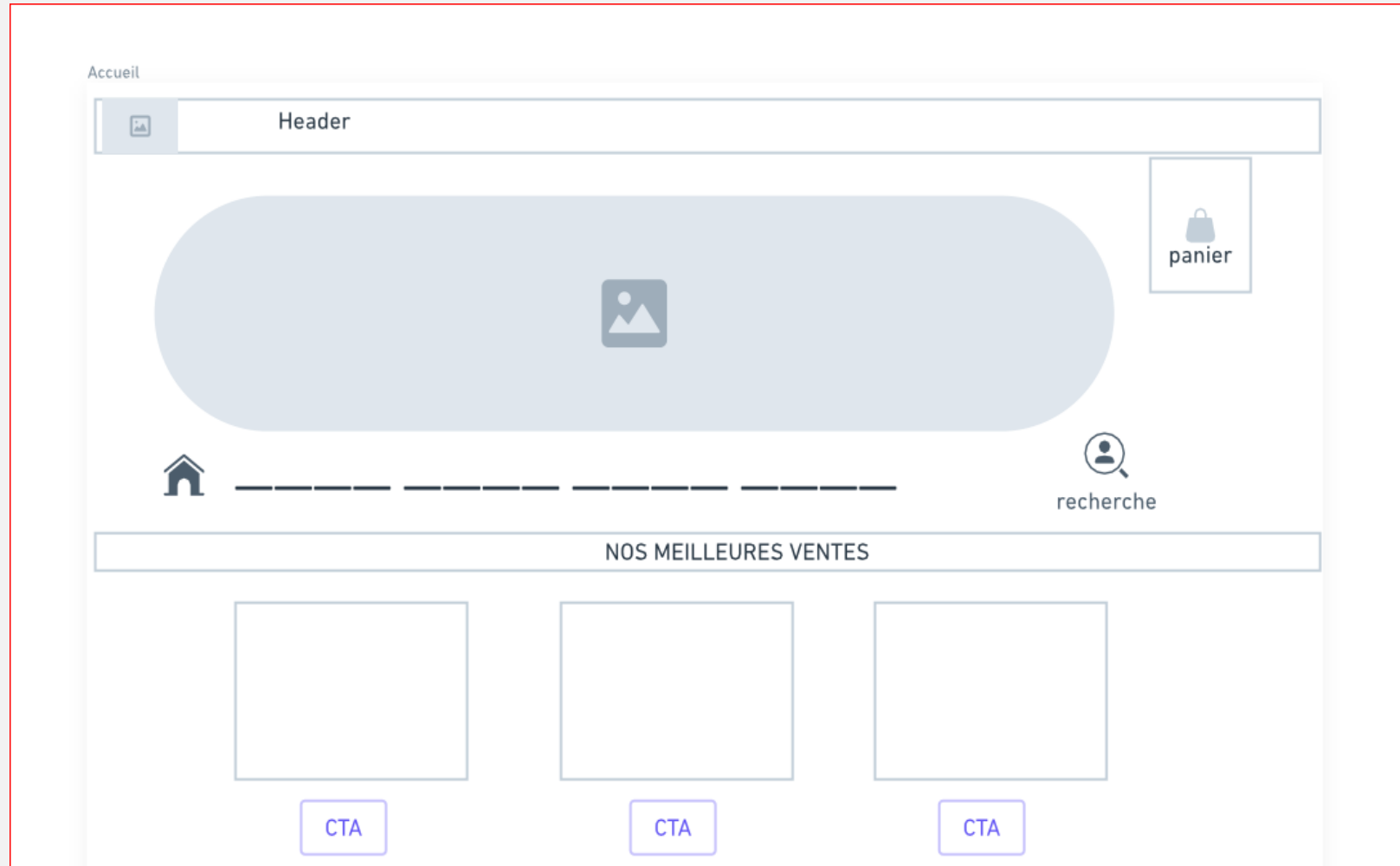


# IMPACT MAPPING ADMIN





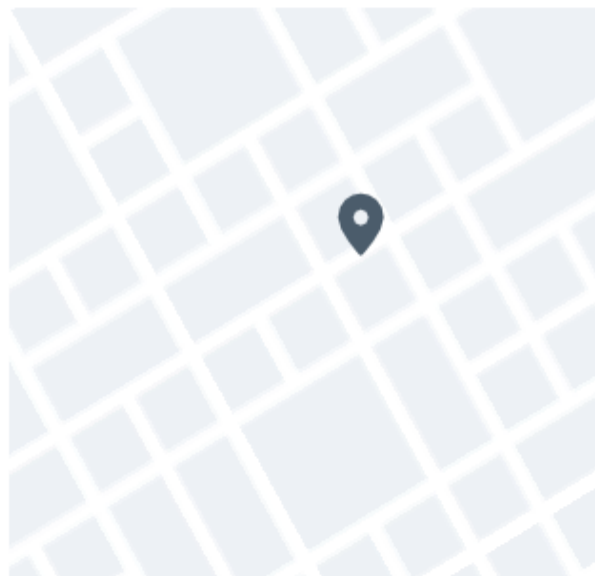
# LES 3 WIREFRAMES



## NEWSLETTER

S'inscrire

## CONTACT



## Récapitulatif de la commande



Produit



Description

Prix

Quantité

Total



Footer



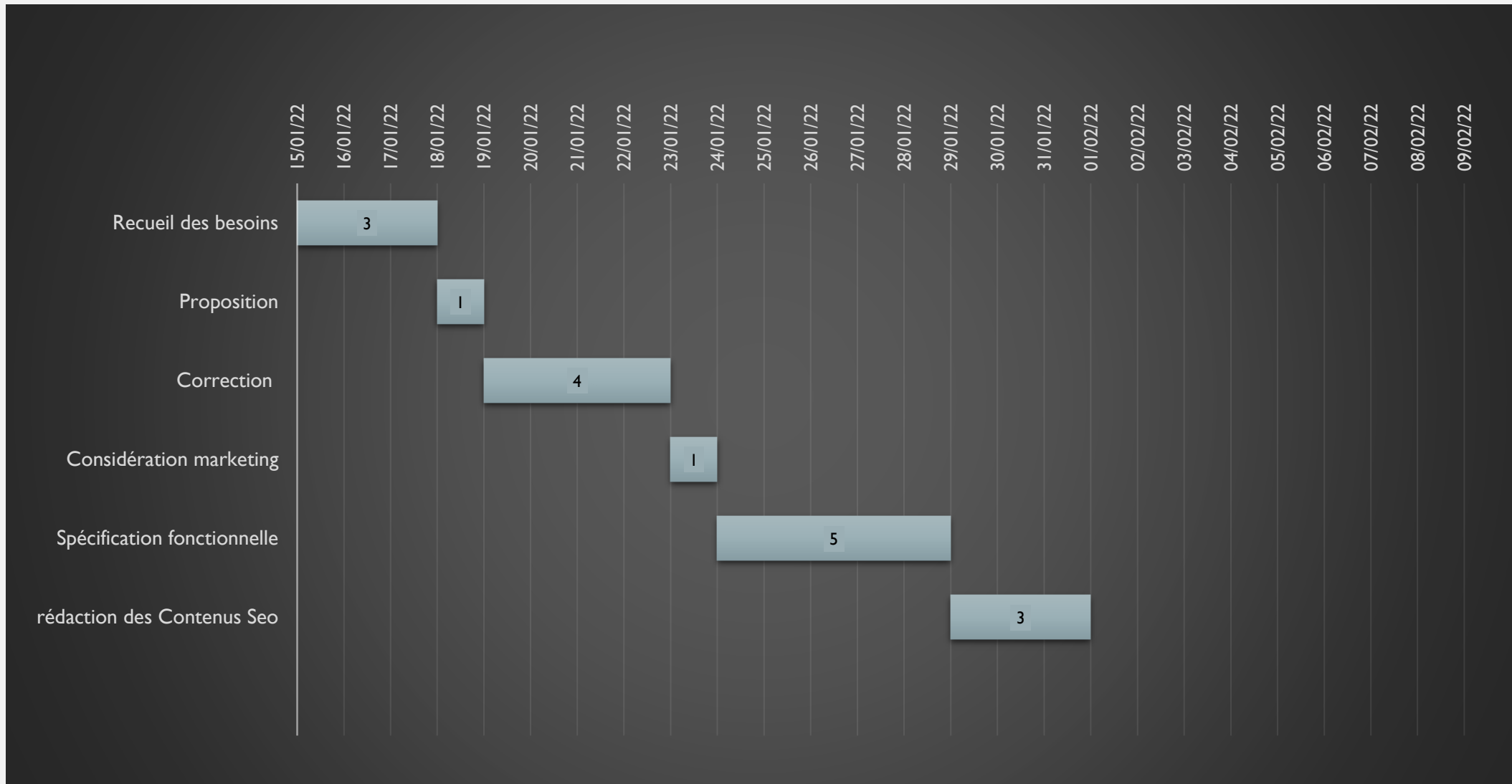
# LES SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES DES WIREFRAMES

Accueil	Section	Description
<b>Header</b>	Logo et menu de navigation	<ul style="list-style-type: none"><li>- Au clic sur le logo l'utilisateur est redirigé vers la page d'accueil</li><li>- Le menu reprend les entrées de l'arborescence et au clic l'utilisateur est dirigé vers la page correspondante</li></ul>
<b>Footer</b>	Mentions légales, politique de confidentialité, SAV, logo et Réseaux sociaux	La section propose des liens vers les pages et les logos des réseaux doivent s'ouvrir dans un nouvel onglet
<b>Formulaire</b>	Conformité RGPD	Tous les formulaires devront répondre aux obligations RGPD

E-commerce	Section	Description
<b>Récapitulatif de commande</b>	Contenu	L'achat d'un produit ou service est possible sans création de compte
<b>Image</b>	Produit	Une image du produit doit être affichée ainsi qu'une description associée
Mon compte	Section	Description
<b>Identifiez vous</b>	Contenu	Les caractères saisis dans un champ de mot de passe doivent être affichés en clair.



# PLANNING DU PROJET



# Question à poser au Prospect

- **Quels sont vos cibles?**
- **Quels sont vos objectifs à court terme ? À long terme ?**
- **Combien de visiteurs vous souhaitez avoir par mois ? Par jour ?**
- **De combien souhaitez-vous augmenter vos ventes ?**
- **Souhaitez-vous augmenter votre notoriété ?**
- **Que considérez-vous comme le plus et le moins important ?**
- **Quel budget consacrez-vous pour la partie numérique de votre société ?**
- **Avez-vous les moyens de réaliser la refonte en interne ? Si oui : qui ? Si non : Ferez-vous appel à un prestataire ?**