ANNEXE 1

Étude de faisabilité et d'opportunité de la création d'un site Internet

Projet de développement de la présence numérique de l'entreprise

> **Objectif de l'annexe :** étudier l'intérêt commercial, les solutions techniques, les coûts, l'organisation et les limites d'un site Internet avant de décider de sa création.

1. Présentation de la situation actuelle

L'entreprise de plomberie et de chauffage située au Trévoux intervient principalement auprès des particuliers, mais travaille également avec des professionnels. Sa zone de chalandise s'étend sur environ 15 à 20 kilomètres autour du Trévoux.

L'entreprise dispose déjà d'une clientèle fidèle et bénéficie d'une activité satisfaisante grâce notamment au bouche-à-oreille et aux recommandations de ses clients.

Cependant, sa présence numérique reste limitée :

- Elle ne possède pas de site Internet.
- Elle ne dispose pas de page Facebook professionnelle ni de compte Instagram.
- Sa fiche Google Business existe, mais certaines informations ne sont pas à jour.
- Elle ne possède pas de support numérique présentant l'ensemble de ses prestations.

L'entreprise reçoit déjà des appels et des demandes de devis, mais ne sait pas toujours comment les prospects l'ont connue : bouche-à-oreille, Google ou recommandations.

> **Problématique :** Comment renforcer la visibilité et l'image professionnelle de l'entreprise, faciliter l'accès aux informations et aux demandes de devis, tout en maîtrisant les coûts et sans générer de sollicitations inutiles ?

2. Les objectifs de la création du site Internet

Objectifs	Résultats attendus
Développer la visibilité locale	Permettre aux habitants de la zone d'intervention de trouver l'entreprise sur Internet.
Renforcer la crédibilité	Présenter l'entreprise, l'expérience du dirigeant, son savoir-faire et ses qualifications.
Présenter les prestations	Détailler les différents services proposés par l'entreprise.
Faciliter la prise de contact	Permettre aux prospects de contacter facilement l'entreprise et de demander un devis.
Se différencier des concurrents	Disposer d'un support numérique complet et professionnel.
Fidéliser les clients existants	Permettre aux clients de retrouver facilement les coordonnées et les prestations de l'entreprise.

3. Contenu envisagé pour le site Internet

Le projet consiste à créer un site vitrine professionnel permettant de présenter l'entreprise, son dirigeant et ses différentes prestations. Voici les rubriques envisagées :

Rubriques	Contenu
Accueil	Présentation de l'entreprise, principales prestations, zone d'intervention et accès rapide aux coordonnées.
Présentation de l'entreprise	Présentation du dirigeant, de son expérience, de son parcours professionnel et de son savoir-faire.
Qualifications	Mise en avant des qualifications RGE et QualiPAC, avec les justificatifs et informations à jour.
Prestations	Présentation des activités : plomberie, chauffage, pompes à chaleur, climatisation, VMC et autres services proposés.
Réalisations	Photos de chantiers et exemples d'installations effectuées par les salariés.
Contact et demande de devis	Coordonnées, zone d'intervention et formulaire de demande de devis.

La présentation du dirigeant et de ses qualifications permettra de rassurer les prospects et de renforcer la confiance envers l'entreprise.

4. Analyse des avantages et des inconvénients

Avantages	Inconvénients
• Site accessible 24 h/24 et 7 j/7. • Améliore la visibilité sur Internet. • Renforce l'image professionnelle. • Présente toutes les prestations au même endroit.	• Nécessite du temps pour sa création. • Frais annuels d'hébergement et de nom de domaine. • Nécessite des mises à jour régulières. • Nécessite de rédiger des contenus et de prendre des photos.
• Permet de recevoir des demandes de devis.	• Ne garantit pas l'obtention de nouveaux clients.
• Présente l'expérience et les qualifications du dirigeant. • Peut être consulté depuis un téléphone, une tablette ou un ordinateur. • Complète la fiche Google Business et les futurs réseaux sociaux.	• Nécessite un minimum de suivi technique et de sécurité. • Le référencement sur Google demande du temps. • Les demandes de devis peuvent parfois être imprécises ou peu sérieuses.

5. Étude des solutions techniques

Plusieurs solutions sont envisageables pour créer le site Internet.

Solutions	Avantages	Inconvénients
WordPress.org	Gratuit, personnalisable, nombreuses extensions gratuites et maîtrise du site.	Nécessite un hébergement et un nom de domaine payants ainsi qu'un minimum de connaissances techniques.
Wix	Simple à utiliser et création guidée.	Certaines fonctionnalités et le nom de domaine personnalisé nécessitent une formule payante.

Solutions	Avantages	Inconvénients
Création par un professionnel	Accompagnement et réalisation par un spécialiste.	Coût de création et éventuellement de maintenance plus élevé.

Solution envisagée : WordPress.org

WordPress.org est privilégié car il permet de créer un site professionnel tout en limitant les dépenses. La création sera réalisée en interne, dans le cadre du projet, à l'aide de WordPress et de l'extension Spectra.

Les extensions gratuites envisagées sont :

- **Spectra :** création et mise en page des différentes pages.
- **Contact Form 7 :** création du formulaire de demande de devis.
- **Yoast SEO :** aide à l'optimisation du référencement naturel.
- **UpdraftPlus :** sauvegarde du site.

Les versions gratuites sont suffisantes pour envisager un premier site vitrine.

6. Étude des coûts de création et de fonctionnement

La création du site sera réalisée en interne afin d'éviter les frais liés à l'intervention d'un prestataire extérieur. Les principales dépenses concerneront l'hébergement et le nom de domaine. À titre d'exemple, l'offre Perso d'OVHcloud a été retenue pour réaliser une estimation budgétaire.

Critères	Offre Starter	Offre Perso
Prix mensuel promotionnel TTC	1,91 €	3,59 €
Prix mensuel au renouvellement TTC	3,11 €	7,19 €
Stockage	1 Go	100 Go
Nom de domaine offert la première année	Oui	Oui
Installation WordPress	Oui	Oui

L'offre Perso est envisagée car elle offre davantage d'espace de stockage et de possibilités pour faire évoluer le site.

Estimation du budget

Dépenses	Première année	Années suivantes
Hébergement	43,08 €	86,28 €
Nom de domaine .fr	Inclus	Environ 9,35 €
WordPress.org	Gratuit	Gratuit
Spectra	Gratuit	Gratuit
Extensions complémentaires	Gratuites	Gratuites
Total estimatif	**43,08 €**	**95,63 €**

Tarifs indicatifs utilisés pour l'étude, à vérifier au moment de la souscription. Les tarifs promotionnels, les renouvellements et le prix du nom de domaine peuvent évoluer. Le coût de création est nul en prestation extérieure puisque le site sera réalisé en interne.

Bilan : le site pourrait fonctionner avec un budget annuel inférieur à 100 € après la première année, hors éventuelles dépenses supplémentaires.

7. Organisation et maintenance du site

La création du site sera réalisée par moi-même afin de limiter les dépenses et de maîtriser son contenu. Après sa mise en ligne, la secrétaire prendra en charge le suivi courant du site.

Tâches	Fréquence envisagée	Responsable
Vérification des coordonnées et horaires	Tous les 3 à 6 mois	Secrétaire
Actualisation des prestations	En cas de changement	Secrétaire
Ajout de photos de chantiers	Selon les réalisations disponibles	Secrétaire
Vérification du formulaire de contact	Régulièrement	Secrétaire
Mise à jour de WordPress et des extensions	Selon les mises à jour disponibles	Responsable technique
Sauvegardes	Automatiques et vérifiées régulièrement	Responsable technique
Vérification du fonctionnement général	Une fois par mois	Secrétaire

Le site étant un site vitrine, il ne sera pas nécessaire de publier de nouveaux contenus chaque semaine. Les informations principales resteront relativement stables. Des actualisations ponctuelles permettront de conserver un site à jour. Il faudra néanmoins assurer les mises à jour techniques et les sauvegardes pour garantir sa sécurité.

8. Solutions pour limiter les demandes de devis non sérieuses

Une objection importante a été soulevée par le dirigeant : la crainte de recevoir des demandes de devis de personnes qui n'ont pas de projet concret. En effet, un formulaire trop simple pourrait entraîner des sollicitations inutiles et faire perdre du temps à l'entreprise.

Pour répondre à cette inquiétude, il est proposé de mettre en place un formulaire de préqualification des demandes de devis. L'objectif est de recueillir suffisamment d'informations pour identifier les projets réellement intéressants avant de recontacter les prospects.

Informations demandées dans le formulaire

Informations	Objectifs
Nom et prénom	Identifier le demandeur.
Téléphone et adresse e-mail	Pouvoir le recontacter.
Commune du chantier	Vérifier que le projet se situe dans la zone d'intervention.
Type de prestation	Identifier le besoin : plomberie, chauffage, VMC, climatisation, rénovation, etc.
Description du projet	Comprendre les travaux souhaités.

Informations	Objectifs
État d'avancement du projet	Savoir si le projet est défini, en préparation ou s'il s'agit d'une simple demande d'information.
Délai souhaité	Connaître l'échéance envisagée : urgent, dans les 3 mois, dans les 6 mois ou plus tard.
Photos ou documents	Permettre au prospect de joindre des éléments utiles, de manière facultative.

- Afficher clairement la zone géographique d'intervention.
- Préciser les types de travaux réellement pris en charge.
- Ajouter une protection anti-spam pour limiter les messages automatiques.
- Prévoir un premier tri des demandes par la secrétaire.
- Conserver également un numéro de téléphone pour les personnes préférant expliquer directement leur projet.

Une précision pourra être affichée à proximité du formulaire :

> *« Merci de décrire votre projet le plus précisément possible. Après réception de votre demande, l'entreprise étudiera les informations transmises et vous recontactera si votre demande correspond à ses prestations et à sa zone d'intervention. L'envoi du formulaire ne vaut pas acceptation du chantier ni établissement d'un devis. »*

Cette solution ne garantit pas que toutes les demandes seront sérieuses, mais elle permet de mieux les qualifier et de limiter les échanges inutiles. Les informations personnelles collectées devront également être limitées au nécessaire et accompagnées d'une information sur leur utilisation et leur conservation.

9. Étude du retour sur investissement

Le retour sur investissement doit être étudié en fonction des retombées commerciales du site Internet. L'entreprise possède déjà une clientèle fidèle et un carnet de commandes bien rempli.

L'objectif n'est donc pas de multiplier les demandes de devis sans limite, mais plutôt de :

- Renforcer la visibilité locale.
- Améliorer la crédibilité de l'entreprise.
- Faciliter la recherche d'informations.
- Rassurer les nouveaux prospects.
- Obtenir des demandes de devis correspondant réellement aux prestations proposées.

Calcul du seuil de rentabilité

La formule utilisée est :

> **Nombre de chantiers supplémentaires nécessaires = Coût annuel du site ÷ Marge moyenne dégagée par chantier.**

Exemple purement illustratif : Si un chantier supplémentaire apporte 200 € de marge, un seul chantier supplémentaire permettrait de couvrir le coût annuel estimé du site, soit 95,63 €. Ce calcul devra être adapté à la marge réelle dégagée par l'entreprise. Il ne constitue pas une garantie de ventes supplémentaires.

Indicateurs de performance à suivre

Indicateurs	Objectifs
Nombre de visiteurs	Mesurer la fréquentation du site.
Nombre de pages consultées	Identifier les prestations qui intéressent les visiteurs.
Nombre de demandes de devis	Mesurer les sollicitations reçues.
Nombre de demandes qualifiées	Vérifier la pertinence des prospects.
Nombre de devis transformés en chantiers	Mesurer les retombées commerciales.
Origine des nouveaux clients	Identifier les moyens de communication les plus efficaces.

Pour connaître l'origine des nouveaux clients, la secrétaire pourra demander systématiquement : *« Comment avez-vous connu notre entreprise ? »*. Les réponses pourront être inscrites dans un tableau de suivi : Google, site Internet, réseaux sociaux, bouche-à-oreille, recommandation ou autre.

10. Les objections possibles et les réponses apportées

Objections du dirigeant	Réponses proposées
« L'entreprise fonctionne déjà très bien sans site Internet. »	Le site permettra de renforcer la visibilité et la crédibilité de l'entreprise, tout en préparant son développement futur.
« Cela va coûter trop cher. »	La création sera réalisée en interne et les frais de fonctionnement sont estimés à moins de 100 € par an après la première année.
« Il faudra constamment mettre le site à jour. »	Un site vitrine nécessite principalement des actualisations ponctuelles et une maintenance technique régulière.
« Les gens vont demander des devis pour rien. »	Un formulaire avec des questions de préqualification permettra de mieux identifier les projets et de limiter les demandes imprécises.
« Nous n'avons pas besoin de beaucoup plus de clients. »	L'objectif n'est pas uniquement d'acquérir de nouveaux clients, mais aussi de renforcer l'image professionnelle et de faciliter l'accès aux informations.
« Personne ne va s'occuper du site après sa création. »	La secrétaire assurera le suivi courant du site après sa mise en ligne.

11. Décision finale

Création d'un site vitrine professionnel

La création d'un site Internet apparaît pertinente pour l'entreprise au regard de sa présence numérique actuelle et des possibilités d'amélioration identifiées.

Même si l'entreprise possède déjà une clientèle fidèle et une activité satisfaisante, elle ne dispose pas actuellement d'un site Internet permettant de présenter ses prestations, son dirigeant et ses qualifications. La création d'un site vitrine permettrait donc de renforcer sa visibilité locale, de moderniser son image et de faciliter la prise de contact avec les prospects.

La solution WordPress.org est privilégiée car elle permet de réaliser un site professionnel à moindre coût, grâce à des extensions gratuites et à une création effectuée en interne. Le formulaire de demande de devis sera conçu avec des questions de préqualification afin de limiter les demandes imprécises et de faciliter le traitement des sollicitations. La secrétaire assurera ensuite le suivi courant du site.

La création du site Internet est donc retenue comme une action de développement commercial envisageable, sous réserve de validation du budget et des modalités de gestion par le dirigeant.

Récapitulatif de l'annexe 1

Éléments	Choix envisagés
Type de site	Site vitrine
Logiciel	WordPress.org
Constructeur de pages	Spectra gratuit
Hébergement étudié	OVHcloud Perso
Budget estimé première année	43,08 €
Budget annuel suivant	95,63 €
Création	Réalisée en interne
Gestion courante	Secrétaire
Formulaire	Demande de devis avec préqualification