

Quels outils numériques pour être présent sur le web et assurer sa commercialisation en circuits courts ?

Journée : « De nouveaux débouchés pour toutes nos productions bio wallonnes » organisée par Biowallonie. 20 février 2020 – Courrière

Stéphane Winandy - DiversiFerm



1^{ère} étape : définir vos besoins ?

- Exemple d'une maraîchère :
 - Outil pour faciliter le passage des commandes et remplacer le système actuel soit une formulaire Google Form envoyé par email de manière hebdomadaire à une liste de clients
 - Et ...
 - Faible coût
 - Intégration de photos
 - Facturation (dont gestion des BC et leur conversion en facture)
 - Gestion des stocks
 - Connexion avec une balance
 - Gestion TVA (déclaration ou aide à la déclaration)
 - Listing client



Définir un cahier des charges

Vos besoins ?

Quelques points d'attention pour construire votre cahier des charges

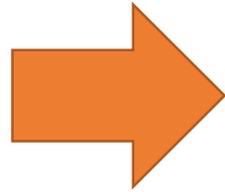


Que recherchent vos clients ?

Communiquer et vendre par internet :

Les objectifs

- Informer
- Convaincre
- Organiser la vente



Les points d'attention

- Lisibilité, sobriété
- Rapidité d'accès à l'info, ergonomie
- Fluidité, facilités

1^{ère} étape : être présent sur le web

Le minimum et les options

Un logo



Cahier des charges : couleurs, typographie, graphisme, illustration, concept qui communique sur ce que vous faites, sur vos valeurs

Coût :

- 0 € avec des outils en ligne (canva.com) à X.XXX €
- Tarifs courants de 450 à 800 €

Points d'attention :

- Demander plusieurs projets de logo avec des concepts variés
- Demander au prestataire les fichiers informatiques finaux pour un utilisation ultérieure
- Etablir une charte graphique

Des photos

Points d'attention :

- Une image renvoi ce que vous êtes
- Cadrage
- Mise en scène
- Lumière
- Contraste (bruits de fonds !)

Coût :

- 0 € avec votre smartphone
- Tarifs courants pro : de 180 à 1.200 €/h



Un mail pro dédié

Via un fournisseur de service email classique : Gmail, Outlook, ProtonMail, ...

Exemple : ferme.du.mont.aiguille@gmail.com

Via le fournisseur d'hébergement de votre site web et lié à votre nom de domaine

Exemple : info@fermedumontaiguille.com

Points d'attention : explicite, facile à retenir et orthographier

Google My Business

Gestion des infos de votre entreprise dans les produits Google (Maps ...)

Coût : gratuit

Prérequis : un compte Google

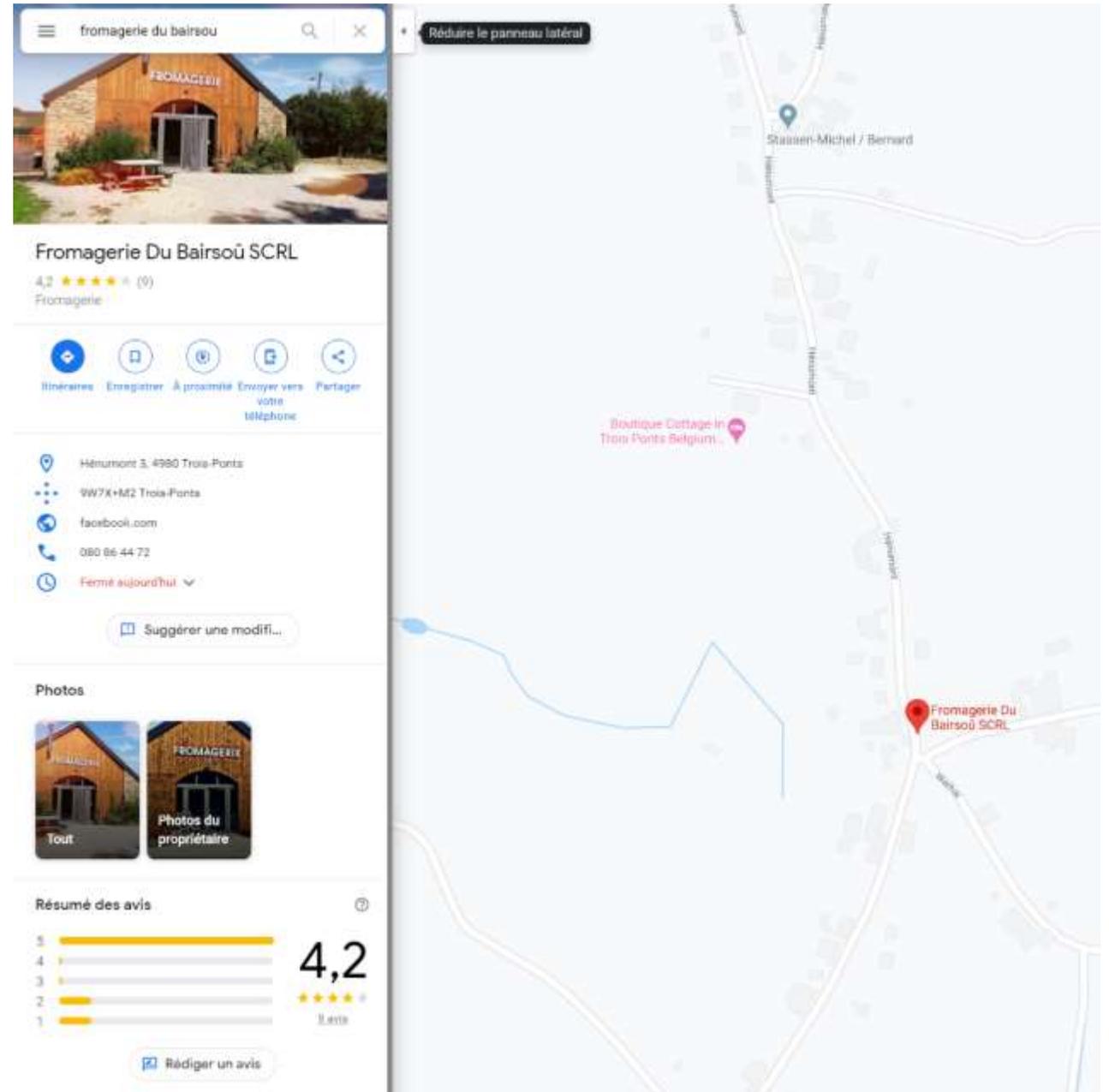
+ : facile à mettre en place, moteur de recherche très utilisé

- : gestion des avis, plage horaire pour les horaires atypiques

The image shows a Google search for "fromagerie du bairsou". The search results include a notification about Google's privacy policy, several organic search results from various websites, and a prominent Google My Business listing for "Fromagerie Du Bairsou SCRL". The listing features a photo of the building, a 4.2-star rating from 5 Google reviews, and contact information: "Adresse : Hénumont 3, 4980 Trois-Ponts", "Horaires : Fermé - Ouvert à 14:00 (ven.)", and "Téléphone : 080 86 44 72". Below the listing, there are sections for "Questions et réponses", "Avis des internautes" (4,9/5), and "Informations fournies par Fromagerie Du Bairsou SCRL". At the bottom, there are "Recherches associées" showing related businesses like "Fromagerie du Trouffeur" and "La Fromagerie Le Valet".

Google My Business

Exemple de résultats dans
Google Maps



Les annuaires en ligne

Coût : souvent gratuit

+ : visibilité

- : mise à jour des infos

Exemples d'initiatives publiques :

- Régional : APAQ-W
- Provincial : TerroirLux, Agricharme, Hainaut développement, ...
- Territorial : Ceinture alimentaire Charleroi, Empreinte BW, GAL, Parc Naturel, ...

Exemples d'initiatives privées :

- Open Food Network, Localife, L'App du terroir, Mangez local, ...



Une page Facebook

Coût : gratuit

Prérequis : un compte (profil) FB pour administrer la page

+ : visibilité, interactions

- : peut devenir chronophage, gestion des commentaires

Trucs et astuces :

personnalisation des boutons, gestion des commentaires, personnalisation du flux d'info ...



The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Brasserie de la Liègne'. The page features a cover photo with the text 'BIÈRES ET BRASSERIES DE WALLONIE' and 'EN PROVINCES DE LUXEMBOURG, DE LIÈGE ET DE NAMUR'. Below the cover photo, there are several beer glasses. The page has a navigation menu on the left with options like 'Accueil', 'Publications', 'Avis', 'Vidéos', 'Photos', 'Événements', 'À propos', and 'Communauté'. The main content area shows a post from 'Brasserie de la Liègne' about an event titled 'Village des Saveurs de Hannut' on Saturday, February 14th. The event details include the location 'Marché Couvert - Hannut' and '1 506 personnes intéressées'. The right sidebar contains information about the page, including a 4.8-star rating, 2,341 likes, 2,458 followers, and 300 visits. It also provides the address 'Rethelmont, 7 (17,58 km) 4990 Liègne' and contact information for the brewery.

Un site web « vitrine »

Prérequis : un nom de domaine (URL) et un hébergement

Points d'attention : nom de domaine explicite et facile à retenir, facile à écrire

Eduquons.fr

Il suffit de prononcer le nom de domaine à haute voix pour se rendre compte de son côté burlesque. Cela pourrait être très drôle en cas de publicité à la radio. Ce nom de domaine <http://eduquons.fr> est redirigé vers un autre <http://www.cneapbretagne.fr/> qui est le portail du CNEAP un réseau d'établissements d'enseignement agricole privés et de centres de formation vers les métiers de la nature et du vivant.



Un site web « vitrine »

Solution gratuite : les blog

Exemple : Blogspot, Tumblr, ...

+ : gratuit, rapide à mettre en place et prendre en main

- : nom de domaine lié à la solution, ergonomie pas toujours au rendez-vous



Un site web « vitrine »

Solution gratuite : les gestionnaires de contenus (CMS)

Exemples de CMS : Wordpress, Drupal, SPIP, Joomla, Prestashop, Weebly, Odoo, Wix, Jimdo ...

+ : souvent responsive, interface intuitive, formule intéressante pour se tester

- : nom de domaine du CMS, pas de possibilité de tout personnaliser, peu d'options, lenteur

Un site web « vitrine »

Exemple sur WordPress fait en 5 minutes

<https://diversisites.wordpress.com/>

diversisites



Bienvenue ! Que pouvons-nous faire pour vous aujourd'hui ?

Qui sommes-nous



Excellent travail et personnalisé en plus. C'est notre engagement !

Un site web « vitrine »

Les CMS proposent aussi des solutions payantes et l'attribution d'un nom de domaine dédié

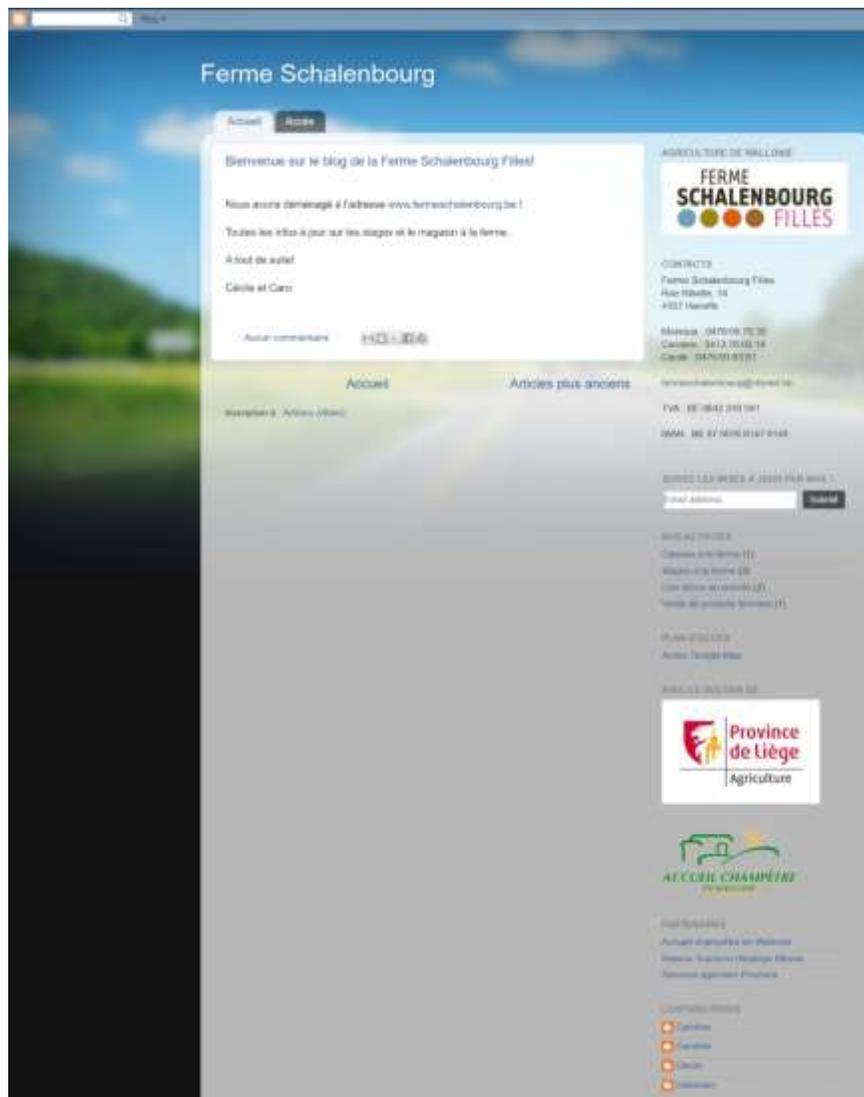
Personnel	Premium	Business	eCommerce
Idéal pour votre site perso	Idéal pour les indépendants	Idéal pour les petites entreprises	Idéal pour les boutiques en ligne
POPULAIRE			
€4	€8	€25	€45
par mois, avec facturation annuelle	par mois, avec facturation annuelle	par mois, avec facturation annuelle	par mois, avec facturation annuelle
Choisir un plan Personnel	Choisir un plan Premium	Choisir un plan Business	Choisir un plan eCommerce
Personnalisez votre site Web avec un nom de domaine et profitez d'une assistance 24 h/24, 7 j/7.	Créez un site unique avec des outils de design avancés, des CSS personnalisés et l'intégration de Google Analytics.	Développez votre entreprise avec des extensions et des thèmes personnalisés, un espace de stockage de 200 Go et une assistance en direct.	Ouvrez votre boutique en ligne avec une plateforme flexible et puissante conçue pour suivre votre croissance.

Coût : 4 à 25 €/mois -> 50 à 300 €/an + nom de domaine 7 à 15 €/an

Exemple d'une évolution technique d'un site d'une même ferme

fermeschalenbourg.blogspot.com

fermeschalenbourg.be



Un site web « vitrine »

Solution : une URL + un hébergement + un site fait maison (HTML, CSS, JavaScript, ...)

+ : coûts réduits

- : à éviter si on ne maîtrise pas les technologies nécessaires



Un site web « vitrine »

Solution : une URL + un hébergement + un CMS installé soi-même

Exemple et coût : hébergement pro + URL type « .be » + WordPress + email pro

- Fournisseurs : OVH, One, Annagramme, ...
- De 60 à 100 €/an

+ : couts réduits

- : nécessite de suivre les mises à jour, de faire des backups

Un site web « vitrine »

Solutions développées par une agence web (souvent via un CMS)

Coût : Entre 400 et XX.XXX € dont une moyenne de 1.200 à 2.500 € et un cout annuel (URL, hébergement, maintenance) entre 200 et 400 €

Points d'attention :

- Définir un cahier des charges
- Avoir la main sur l'outil en cas de changement d'agence

Un contenu

Infos minimales à prévoir :

- Horaire d'ouverture (dont vacances)
- Gamme de produits (dont disponibilités)
- Moyen de paiement
- Localisation (attention tester différents systèmes GPS)
- Facilité de parking

Infos souhaitées :

- Qui êtes-vous ?
- Votre histoire

Contactez-nous : 0479 91 14 17 | lajardinsdeladime@gmail.com

Les Jardins de la Dîme RECUEIL DU NOUS TROUVER ? + BLOGS + COMMANDE A PROPOS CONTACTEZ-NOUS SE CONNECTER

Les Jardins de la Dîme

La passion du potager...

Aux Jardins de la Dîme : Mélanie et Jérôme, un couple de maraîchers cultivant des fruits, des légumes et des plants potagers 100% Bio.

Nos Atouts ?
Passion, fraîcheur, 100% Bio et local.

Frais du jour
"Aussi frais que si on avait un potager"
Parce que les différents légumes que vous retrouvez sur notre étal ou dans vos commandes sont récoltés à la dernière minute. Cela vous permet de bénéficier de tous les nutriments qu'ils contiennent.
Besoin d'une idée pour le repas ?
CONSULTEZ NOS RECETTES !

Cultiver sans pesticides
100% Bio
Parce que les produits chimiques ne sont jamais utilisés et que le recours aux agents naturels de lutte contre les parasites est minimal, nos légumes sont produits en respectant le cahier des charges "Bio".
Toutes les semences ainsi que le terreau utilisé pour la production des plants sont certifiés "Bio".

Commerce local
Et de saison
Manger des produits locaux et de saison permet d'apprécier vos fruits et légumes préférés lorsqu'ils regorgent des plus belles saveurs en créant un lien direct avec votre producteur.
N'hésitez pas à entrer en contact avec nous !
CONTACTEZ-NOUS

Une page Wikipédia

Coût : gratuit

Prérequis :

- un compte contributeur de Wikipédia
- répondre aux exigences de la plateforme

https://fr.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Notori%C3%A9t%C3%A9_des_entreprises,_soci%C3%A9t%C3%A9s_et_produits

The screenshot shows the Wikipedia page for 'Brasserie de la Liègne'. The page is in French and provides detailed information about the brewery. Key sections include:

- Sommaire (français)**: A list of sections: 1. Histoire, 2. Étiquettes, 3. Bières, 4. Notes et références, 5. Voir aussi, 6.1. Articles connexes, 6.2. Sources et liens externes.
- Histoire**: A paragraph describing the brewery's location in Liège, Belgium, and its history, mentioning the founding of the brewery in 2013.
- Étiquettes**: A paragraph describing the brewery's labels, which feature a chêne (oak) and a légende locale (local legend).
- Bières**: A list of beers produced by the brewery, including Liègne, Liègne Brune, Liègne Noire, and Grandpouleur.
- Notes et références**: A list of references, including a link to the brewery's website.
- Voir aussi**: A list of related articles, including 'Liste des brasseries belges' and 'Liste des bières belges'.
- Articles connexes**: A list of related articles, including 'Liste des brasseries belges' and 'Liste des bières belges'.
- Sources et liens externes**: A list of external links, including the brewery's website and a link to the brewery's Facebook page.

The page also features a sidebar with navigation options, a search bar, and a list of related pages at the bottom.

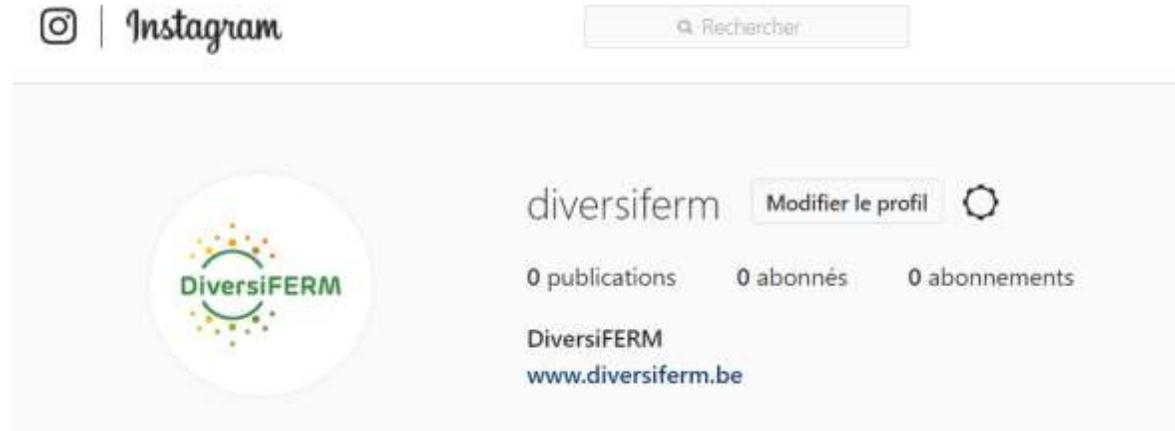
Instagram

Coût : gratuit

Prérequis : créer un compte ou
lier un compte FB

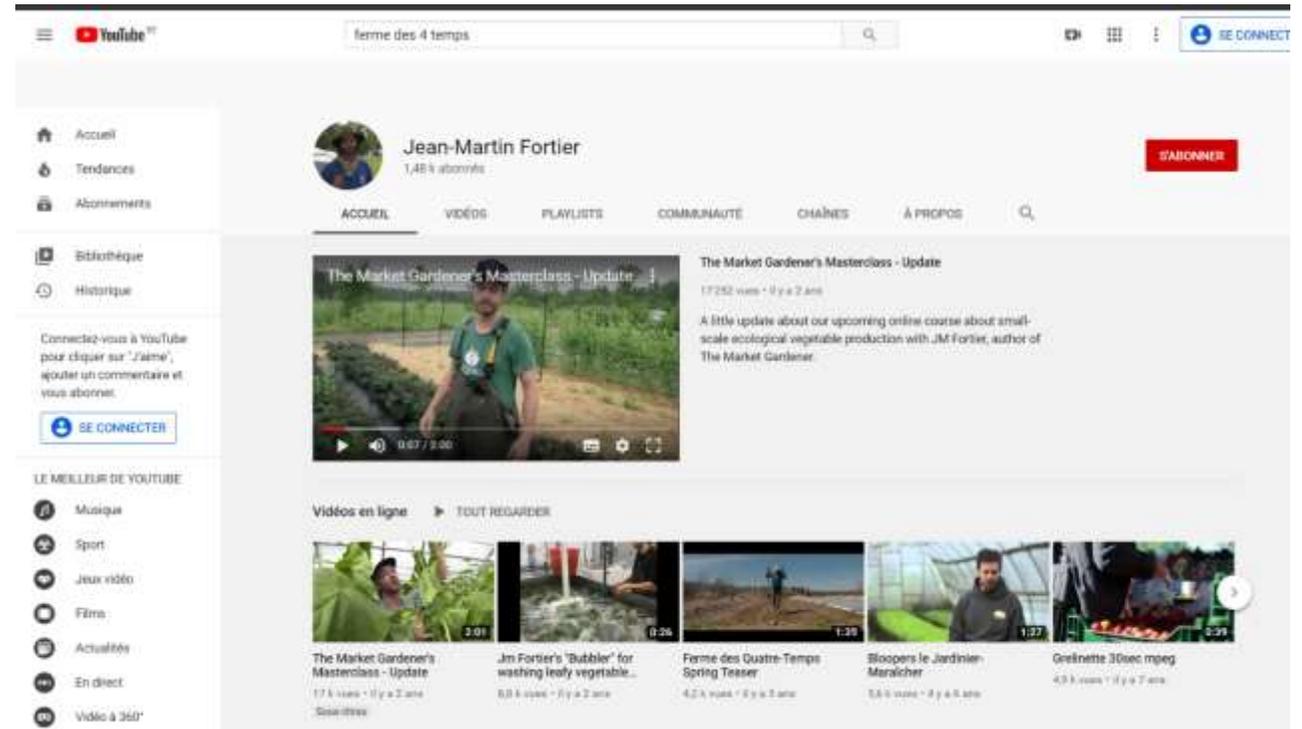
Points d'attention :

Nécessite des photos/vidéos de
qualité, des histoires à raconter



YouTube, Vimeo, ...

Pensez à créer / réserver des comptes au nom de votre entreprise



The screenshot shows the YouTube channel page for Jean-Martin Fortier. The channel name is "Jean-Martin Fortier" with 1,48 subscribers. The main video is "The Market Gardener's Masterclass - Update" with 17,252 views and 0 likes, uploaded 2 years ago. The video description reads: "A little update about our upcoming online course about small-scale ecological vegetable production with JM Fortier, author of The Market Gardener." Below the main video, there is a "Vidéos en ligne" section with a "TOUT REGARDER" button and a row of five video thumbnails. The thumbnails are: "The Market Gardener's Masterclass - Update" (3:01), "JM Fortier's 'Bubble' for washing leafy vegetable..." (0:26), "Ferme des Quatre-Temps Spring Teaser" (1:28), "Boopers le Jardinier-Maraîcher" (1:37), and "Orsénette 30avec mpog" (2:39).

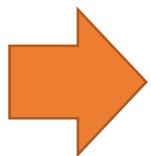
2^{ème} étape : vendre via internet

E-shop et solutions maison

E-shop / e-commerce

Exemples de fonctions couramment recherchées :

- Présenter les produits
- Passer des commandes
- Gestion des commandes (mail confirmation, etc.)
- Gestion des paiements (Ingenico, PayPal, Payconiq, virement, éco-chèques ...)
- Gestion de la logistique (livraison ou collecte)



Côté producteur et côté utilisateur : les besoins ne sont pas les mêmes

E-shop / e-commerce

Solution « maison »

CMS WordPress + infos sur les modalités de vente et instruction de contact par email et téléphone



Les légumes d'Emile & Camille

EMILE & CAMILLE | LES CULTURES | LA VENTE | ACTUALITES | CONTACT

Accueil >> La vente

Bienvenue chez nous tous les mercredi de 14h à 19h!!

Rue de Vérenne 15

5590 Les Basses

Nous vendons notre production localement via des dépôts citoyens, des marchés fermiers, marchés de producteurs, des restaurants, des collectivités, via le site [ibevex](#).
Nous sommes toujours à la recherche de nouveaux débouchés de vente.

Les légumes de la semaine

Pour consulter la liste des légumes disponibles cette semaine et les tarifs, [cliquez ici](#).

Les points de dépôt

A votre disposition, 6 points de dépôts hebdomadaires dans les villages de:

- Buissonville
- Les Basses-Serinchamps
- Ambly
- Rochefort
- Falon
- Hour

Comment cela fonctionne ?

Si vous êtes intéressés, envoyez-nous un mail à info@emileetcamille.be ou téléphonez-nous 0494/21 05 69 en précisant le dépôt qui vous intéresse.
Vous recevrez alors les détails techniques et la [liste des légumes disponibles](#) chaque semaine.
Vous choisissez vous-même les légumes et leur quantité.

Chaque mercredi de 14h à 19h, chez nous à la ferme c'est ouvert!

Rue de Vérenne 15

5590 Les Basses

Les marchés

Nous participons également aux marchés fermiers de Colbais Ferme, tous les troisième samedis du mois. Vous pouvez retrouver le calendrier des dates et lieux dans la rubrique actualités.

Nous sommes présent chaque vendredi de 16h à 19h30 au marché de producteurs à Rochefort asbl RELAIS. (Ancienne école de Prélyr).

Autres

Nous fournissons également le CAC de Forcée « le P'tit Maga », le Gac de Brauwang et la CASAP de Letzeux.



E-shop / e-commerce

E-shop intégré au CMS

Plugin WordPress Woocommerce

Ex. Potager du Guimpoux

Jimdo

EX. La Ferme du Tchapia

Weebly

EX. Ferme Grodent →



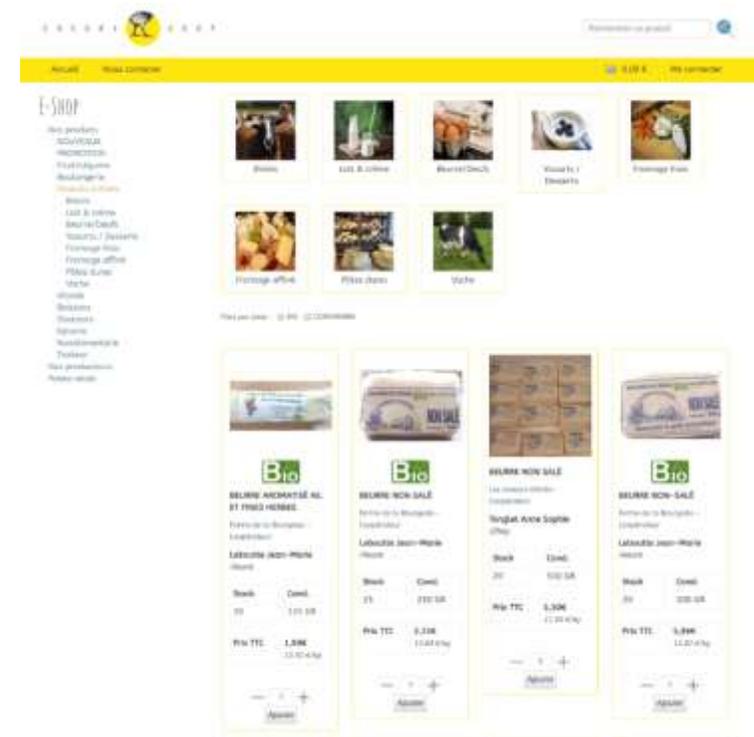
The screenshot displays a website interface for a farm's e-shop. At the top right is a green logo of a clover. A navigation menu includes: ACCUEIL, RESERVER UN COLIS, CONTACT, À PROPOS, RECETTE, DIVERSIFICATION, and PANIER (1). The main content area features a red cow silhouette with numbered cut sections (1-29). Above the cow, text reads "Colis livré à T&T Bruxelles > Colis Tradition 3 kg BXL". To the right, a product card shows "Colis Tradition 3 kg BXL" for 46.65 €. Below the cow, a list of contents is provided: 2 steaks de +/- 200 gr emballés par 2, 1 entrecôte de +/- 400 gr emballage individuel, 1 rôti four de +/- 800 gr emballage individuel, 1 paquet de carbonnade de +/- 500 gr, 1 paquet de haché pur boeuf de +/- 500 gr, and 1 paquet de 4 saucisses boeuf/porcs de +/- 150 gr. A "Procéder au paiement" button is visible. At the bottom, a "Ajouter au panier" button is present.

E-shop / e-commerce

2 technologies différentes pour le site vitrine et l'e-shop

Site vitrine CMS WordPress + e-shop via l'ERP Dolibarr

Ex. Cocoricoop



E-shop / e-commerce : autres solutions

- La Ruche qui dit oui !
- BeefTake
- Open Food Network
- Cagette.net
- Repanier.be
- ...

LA RUCHE  QUI DIT OUI !



OPEN FOOD
NETWORK
BELGIUM



Vente en ligne et règlementations

- Informations aux consommateurs
 - Respect des règles d'étiquetage dont allergènes, ...
- Vente à la pièce VS vente au poids
- Arrondis des paiements
- Protection des données et RGPD



Product Name	Stock	Cond.	Prix TTC	Price/kg
BEURRE AROMATISÉ AIL ET FINES HERBES	10	125 GR	1,99€	15.92 €/kg
BEURRE NON SALÉ	25	250 GR	3,15€	12.60 €/kg
BEURRE NON SALÉ	20	500 GR	5,50€	11.00 €/kg
BEURRE NON-SALÉ	20	500 GR	5,96€	11.82 €/kg

Points d'attention pour orienter votre choix de solution pour la vente en ligne

- **Coûts**
 - Mise en place
 - Maintenance annuels
- **Temps et compétences**
 - Apprentissage (pris en main)
 - Maintenance (mise à jour, back up)
 - Faire vivre le site
- **Sécurité**
 - Des données
 - Des paiements
- **Contenu**
 - Précision infos (attente des consommateurs)
 - Règlementations

3^{ème} étape : interopérabilité

Des outils pour aller au-delà de la présence et la vente en ligne

Interopérabilité : liens avec d'autres outils de gestion, de planification, ...

- Assurer la logistique
- Logiciel de caisse (Loyverse, Dolibarr, Hiboutik, ...)
- Logiciel de facturation
- Lien entre balance (pesée) et caisse
- Etiquetage
- Gestion des stocks
- Traçabilité
- Suivi des productions (fiches de fabrication)
- ...

En résumé

Quels outils numériques pour être présent sur le web et assurer sa commercialisation en circuits courts ?

- **Éléments de communication**
 - Logo
 - Infos produits, activités et coordonnées
- **Assurer une présence minimale sur le web**
 - Google Business
 - Page FB
 - Site web vitrine
- **Vendre en ligne**
 - Définir vos besoins
 - Définir un budget
 - CMS avec e-shop intégré