



République Algérienne Démocratique et Populaire Université Abou Bakr Belkaid–
Tlemcen

Faculté des Sciences
Département d'Informatique

Mémoire de fin d'études

Pour l'obtention du diplôme de Licence en Informatique

Thème

Conception d'un site de vente D'accessoires informatiques

Réalisé par

- ✎ Hichem Fidouhe
- ✎ Karim Allah Dib

Soutenu à Tlemcen, le 26./05./2015 devant le jury composé de :

**Dr. Mme : DIDI
Fedoua**

Encadreur

Examineur

Dr : Bekarra

Dr : Seladji

Année universitaire : 2014-2015

Remerciements

Ce travail a été réalisé avec une réelle émotion et beaucoup de bonheur afin de montrer nos intentions sincères pour la science et la recherche et nous voulons remercier notre encadreur Madame Didi et tous ceux qui ont collaboré pour la réalisation de ce mémoire.

Merci

Table des matières

Introduction générale	6
Chapitre 1 Généralités sur le e-commerce.....	7
1-Introduction	8
2-Historique.....	9
3- Le commerce électronique.....	9
3-1-Définition du commerce électronique et ces types	10
3.2- Le commerce électronique entre particuliers.....	11
3.3- Le commerce électronique des entreprises aux particuliers.....	11
3.4- Le commerce électronique entre entreprises	11
3.5- Service en ligne.....	11
4-La boutique en ligne.....	12
4.1-Définition de la boutique en ligne.....	12
4.2- Description de la boutique en ligne.....	12
5- Les opérations commerciales du e-commerce sur les différents secteurs.....	12
6- Les avantages et les inconvénients du E-commerce	13
6.1- Les avantages.....	13
6.2- Les inconvénients.....	14
7- E-commerce en Algérie.....	15
7.1- Avenir du e-commerce en Algérie.....	15
7.2- Possibilité de développement.....	15
8- Le E-commerce et son évolution	15

9- Conclusion.....	16
10- L'objectif de notre PFE.....	17
Chapitre 2 Notre Application de E-commerce.....	18
1-Introduction.....	19
2-Les langages besoins et les outils.....	19
3- Structuration de site.....	21
3-1- Les langages utilisé par le serveur.....	21
3-2- Architecture de site.....	22
4- Implémentation.....	22
4-1- Structure de notre base de données.....	23
4-2- Diagramme de flux d'information.....	23
4-3- Les tables.....	24
4-3-1-- Table de client.....	24
4-3-2- Table de produit.....	26
4-3-3- Table de commande.....	28
4-4- L'interface graphique.....	29
4-4-1- Page d'accueil.....	29
4-4-2- Page de connexion.....	30
4-4-3- Page catégorie pc de bureaux.....	31
4-4-4- Détail d'un produit.....	32
4-4-5-Ajout un produit au panier.....	33
4-4-6- Page de commande d'un produit.....	34
4-4-7- Page Confirmation de la commande.....	35
4-4-8- Choix de mode de paiement.....	36
4-4-9- Choix l'option de la livraison.....	37
4-4-10- L'adresse de la livraison et de facturation.....	38

5- Conclusion.....	39
- Conclusion général.....	39
- Bibliographie.....	39
- Listes des figures.....	40
- Glossaire.....	41

Introduction générale [1]

La dernière décennie a été marquée par le développement des TIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication), et surtout de l'Internet.

Ce développement technologique a provoqué des mutations profondes dans l'environnement économique des entreprises et la naissance d'une nouvelle économie ou d'un nouveau marché dit «marché virtuel».

Ce nouveau commerce à travers Internet se caractérise par une croissance très rapide, touchant des secteurs importants de l'économie: distribution, secteur bancaire, secteur touristique et hôtelier. Désormais, les chances de développement du commerce électronique dans un secteur économique sont fortement influencées par son potentiel à apporter des avantages concurrentiels aux divers acteurs économiques.

Certains auteurs considèrent les nouvelles technologies de l'information et de la communication comme des progrès technologiques qui n'ont pas de valeur propre mais qui tirent leur importance de leur potentiel à aider les entreprises à atteindre certains objectifs opérationnels, et qui pourraient offrir aux entreprises des perspectives intéressantes en termes de rentabilité et d'avantages concurrentiels.

Par ailleurs, le commerce électronique se trouve encore, dans la majorité des secteurs économiques, à un stade embryonnaire. En se référant aux travaux réalisés dans les divers domaines du commerce électronique, nous avons remarqué que, malgré la prolifération des sites web et la forte croissance du nombre des utilisateurs d'Internet, les interrogations à l'égard des apports et du rythme futur de la diffusion de cette innovation demeurent nombreuses, et les prédictions sur son succès commercial se sont avérées souvent trop optimistes et risquées.

Certains auteurs affirment que les échecs d'entreprises sur le marché virtuel sont souvent dus à l'adoption d'une stratégie de marketing inadaptée et que le succès du commerce électronique nécessite l'adoption de nouvelles stratégies marketing en cohérence avec les exigences du nouvel environnement concurrentiel et les caractéristiques du marché virtuel.

Le e-commerce se développe dans les divers secteurs économiques avec des proportions disparates s'expliquant par des divergences structurelles et les types des biens et services vendus. Ainsi, une analyse rigoureuse du potentiel de développement du commerce électronique ne doit pas se limiter à la généralisation ou à la transposition des résultats observés dans un secteur d'activité particulier vers d'autres secteurs, sans tenir compte des caractéristiques et des spécificités de chaque secteur économique à étudier. Notre intérêt pour ce service s'est focalisé sur la mise au point d'un site de e-commerce qui est la première étape et une étape de taille, car c'est elle qui va peser sur la réussite ou l'échec des ventes via le net.

Chapitre 1

Généralités sur le e-commerce



1-Introduction :[2]

On appelle « **Commerce électronique** » (ou *e-Commerce*) (ou **vente en ligne ou à distance**) l'utilisation d'un média électronique pour la réalisation de transactions commerciales. La plupart du temps il s'agit de la vente de produits à travers le réseau internet, mais le terme de *e-Commerce* englobe aussi les mécanismes d'achat par internet (pour le B-To-B). Le client effectuant des achats sur internet est appelé **cyberconsommateur**. Le *e-Commerce* ne se limite pas à la seule vente en ligne, mais englobe également :

- La réalisation de devis en ligne
- Le conseil aux utilisateurs
- La mise à disposition d'un catalogue électronique
- Un plan d'accès aux points de vente
- La gestion en temps réel de la disponibilité des produits (stocks)
- Le paiement en ligne
- Le suivi de la livraison
- Le service après-vente



Figure 1-schéma représente les mouvements des sites de vente dans le monde

2-Historique [3]

Le concept de e-commerce est né au moment des premières transactions effectuées par des moyens électroniques. En France, les origines du commerce électronique remontent aux années 80 au moment des premières transactions par minitel. Dans les années 90, les ordinateurs se commercialisent et internet fait son apparition dans les foyers français. Les transactions entre entreprises et particuliers commencent à augmenter. Au dernier semestre 1996, le nombre de foyers équipés d'une connexion internet ne dépassait pas la barre des 95000. En 1997, le commerce électronique semble se démocratiser et les entreprises historiques du secteur informatique telles qu'IBM et Microsoft se lancent dans l'aventure virtuelle.

3- Le commerce électronique :

Le commerce électronique suit plusieurs étapes comme montré dans la figure ci-dessous



Figure 2-Schéma du e-commerce sur le net

3.1- Définition du commerce électronique et ses types :[4]

Selon la définition de l'OCDE, le commerce électronique ou e-commerce en anglais, est "la vente ou l'achat de biens ou de services, effectués par une entreprise, un particulier, une administration ou toute autre entité publique ou privée, et réalisé au moyen d'un réseau électronique". On distingue :

- l'échange électronique entre entreprises, souvent appelé B2B (acronyme anglais de Business to Business) ;
- le commerce électronique à destination des particuliers, ou B2C (Business to Consumer). Il s'agit de sites web marchands, type télé-achat ;
- le commerce électronique entre particuliers, ou C2C (Consumer to Consumer). Il s'agit de sites web permettant la vente entre particuliers (immobilier, bourses, annonces, échanges...) ;
- l'échange électronique entre les entreprises privées et le gouvernement, souvent appelé B2G (Business to Government) ou B2A (Business to Administration).

Parmi les principaux biens et services vendus par internet aux particuliers (B2C) :

- les biens culturels, comme les: livres, CD et DVD
- le matériel informatique, hi-fi, video, photo...
- le secteur du tourisme et des loisirs : séjours, voyages, locations, billets de train, d'avion...
- les biens de consommation courante (vêtements, meubles, électroménager, jouets).

On trouve des systèmes de vente spécialement adaptés à internet : développement de photographies numériques, téléchargement de musique, vente aux enchères entre particuliers, location de DVD par internet.

Enfin, de nombreuses entreprises proposent des services sur internet, payants ou non tels que : banque en ligne, assurance en ligne, presse en ligne.

3.2- Le commerce électronique entre particuliers :[5]

- le commerce électronique entre particuliers, ou C2C (*Consumer to Consumer*). Il s'agit de sites web permettant la vente entre particuliers (immobilier, bourses, annonces, échanges...)

3.3- Le commerce électronique des entreprises aux particuliers :[6]

Parmi les principaux biens et services vendus par internet aux particuliers on peut citer :

- les biens culturels : livres, CD et DVD, etc. ;
- les appareils technologiques : PC, électronique, hi-fi, etc. ;
- le tourisme et les voyages : billets de train, d'avion, locations, etc. ;
- les produits de grande consommation avec les supermarchés en ligne ;
- les produits d'imprimerie : cartes de visites, plaquettes, supports commerciaux ;
- les produits d'habitats, vêtements, puériculture, etc.
- Ainsi que des systèmes de vente spécialement adaptés au monde internet :
- développement de photographies numériques ;
- téléchargement de musique ;
- location de DVD par internet ;
- la VOD ou vidéo à la demande.

3.4- Le commerce électronique entre entreprises :[7]

Il existe également des produits vendus en ligne exclusivement aux professionnels comme :

- le vin ;
- des traceurs, des copieuses de plan, des scanners, etc., pour bureaux d'études ;
- du matériel BTP (mètres, lasers, etc.) ;
- véhicule utilitaire (fourgons, camions, véhicules frigorifiques, etc.).

3.5- Service en ligne :[8]

Enfin, de nombreuses entreprises proposent des services sur internet, payants ou non :

- banque en ligne
- assurance en ligne
- presse en ligne

- etc.

4-La boutique en ligne :

4-1-Définition de la boutique en ligne [9]

Site web commercial permettant à l'internaute d'acheter des produits à partir de son ordinateur.

4-2- Description de la boutique en ligne[10]

Sur une boutique en ligne comme dans un magasin réel, on peut choisir et payer des articles. Pour acheter dans une boutique en ligne, il suffit le plus souvent de cliquer sur les produits sélectionnés puis de les ajouter dans un panier d'achat virtuel. L'acheteur peut ensuite remplir un bon de commande et payer à l'aide d'une carte bancaire ou d'un autre moyen de paiement autorisé par la boutique en ligne. La commande est livrée en fonction du choix de l'internaute et selon les modalités définies par la boutique.

5- Les opérations commerciales du e-commerce sur les différents secteurs [11]

Imaginons un instant qu'il existe dans notre pays un cadre légal pour le commerce électronique et que l'infrastructure des télécommunications fonctionne. Qu'attendrions nous d'une économie dynamique où le commerce électronique fait sa place? Il inclurait notamment:

- un commerce croissant de matériel lié aux TIC et de produits et services logiciels;
- un commerce croissant dans les secteurs liés à l'information et aux réseaux électroniques (médias, édition, finance et tourisme);
- un commerce croissant de produits de base passant par des cybermarchés interentreprises;
- un déplacement vers des pays partenaires qui utilisent aussi les TIC;
- une diminution des importations de services en ligne grâce au développement d'une industrie nationale compétitive d'appui grâce à l'internet;
- une augmentation des compagnies employant des outils de transaction électronique ou possédant cette capacité, et
- une augmentation des revenus réels dans les secteurs où les TIC sont utilisées stratégiquement.
- Ainsi le commerce électronique il est fait pour les différentes transactions (publicité ,vente, location,.....)
- Présentation du produit en promotion
- Aide aussi l'utilisateur de la bourse
- Vente d'action des entreprises

- Coopération des entreprises (échange des données et des nouvelles stratégies)
- L'échange et le transfert électronique des actions

Pour parvenir à cette vision d'un commerce «facilité par les TIC», les responsables nationaux du commerce doivent déterminer des cibles spécifiques et mesurables. Ils devraient exprimer cela en termes quantifiables, par exemple en déterminant d'«augmenter le commerce électronique interentreprises des produits de base de 20%, soit de US\$ 215 millions d'ici à 2004». Passer d'une vision élargie à des valeurs spécifiques leur permet de déterminer les ressources nécessaires pour atteindre ce but.

6- Les avantages et les inconvénients du E-commerce :[12]

Dans un premier temps, nous allons donc analyser les avantages que le e-commerce procure à l'entreprise ainsi qu'à ses clients.

6.1- Les avantages

❖ Pour l'entreprise

Un récent sondage apparu dans le magazine « Challenge » indique que 44 % des PME recherchent d'abord à améliorer leur image avec une présentation moderne de leur société. Viennent ensuite, l'arrivée de nouveaux prospects (26 %), l'amélioration du service clients (20 %) et le gain de temps (10 %). Il semble que la véritable révolution actuelle du commerce électronique ne soit pas dans l'expansion du CA mais davantage dans son influence sur l'organisation des autres circuits de distribution. En fait, le commerce électronique offre aux nouveaux vendeurs sur Internet de nombreux avantages:

- Il ouvre un nouveau canal de distribution, un circuit complémentaire pour certains produits et services de l'entreprise.
- Il offre une zone de chalandise transfrontalière ou pour le moins très élargie pour un coût de présence relativement faible. Le marché potentiel de l'entreprise peut facilement se démultiplier par 10, 100 ou 1000 tout en réduisant au maximum les coûts.
- Il repousse à la fois les limites de la concurrence et active une nouvelle réflexion stratégique.
- Il permet de couvrir des niches de marché dont l'atteinte serait jugée trop onéreuse par les moyens classiques de commercialisation.
- Il apporte une plus forte convivialité par rapport à la VPC et à la commande à distance traditionnelle grâce aux multimédias qui regroupent le son, l'image, la couleur, le texte et l'animation.
- Il favorise l'interactivité en développant une relation personnelle avec le consommateur ou le client, facilitant la vente « one to one » (personnalisée) et le sur-mesure.

- Il permet d'envisager des politiques de fidélisation du client à travers une offre des services et à forte valeur ajoutée.
- Il facilite les transactions en évitant à l'acheteur de se déplacer (donc de lui faire gagner du temps) tout en lui offrant un service identique et confortable.
- Il donne la possibilité de réduire les prix publics des produits en éliminant la marge laissée habituellement aux intermédiaires, comme certains coûts de structure.
- L'enregistrement des données via Internet sont quasiment automatiques et demande peu d'effort.

- Il recueille une masse précieuse d'informations sur les habitudes, les besoins de l'internaute. Ainsi, plus l'utilisateur visite le site, plus on apprend à le connaître par des séries de clics, c'est-à-dire les informations qu'il demande avec la souris de son ordinateur. En décortiquant les séances de clic (ou clicstream), il devient alors possible d'établir des profils de consommateurs permettant d'adapter progressivement le e-marketing du site afin d'en retirer le maximum de profits.

❖ Pour les clients

- Le e-commerce est un extraordinaire outil de présélection ;
- La recherche du meilleur prix ;
- Pas de pression de la part des vendeurs ;
- Un marché aux puces à l'échelle mondiale ;
- Un gain de temps et une offre actualisée (on trouve les derniers modèles).

6.2- Les inconvénients

❖ Pour l'entreprise

Il est clair que les freins au développement de l'e-commerce sont encore nombreux en France, notamment à cause d'un taux de pénétration encore relativement faible et d'une résistance psychologique.

- L'incertitude et le manque de confiance autour de la sécurisation des moyens de paiement, malgré le fait que dorénavant les méthodes de cryptage de données assurent une confidentialité quasi parfaite lors de la transaction. La résistance des intermédiaires (grossistes, distributeurs) qui craignent une destruction d'emplois assortie d'une perte de chiffre d'affaires.

❖ Pour les clients

- Le pistage informatique à partir des cookies, c'est-à-dire ces petits fichiers qui identifient l'ordinateur appelant de façon unique afin de pouvoir retracer toutes les habitudes d'appel et de consommation.

- L'insécurité des paiements et la peur de tomber sur un cybermarchand mal honnête quine livre pas.
- Le manque de relations humaines et le sentiment d'isolement devant sa machine (cas des internautes peu expérimentés).
- Le manque de contact avec le produit.
- Les coûts de téléphone.
- Les détails et tarifs de livraison.
- Les difficultés de recours en cas d'ennuis.

7- E-commerce en Algérie

7.1- Avenir du e-commerce en Algérie[13]

Le commerce électronique en Algérie a un grand avenir. Seulement avec Pay.dz, cette entreprise contient 4 millions d'abonnés sur Facebook, 10 millions d'internautes en Algérie. Ce système de paiement électronique peut donc donner ses fruits et le e-commerce peut combler le vide actuel.

7.2- Possibilité de développement[14]

L'Algérie fait partie des pays émergents dans l'ère de l'économie de marché. Avec la libération progressive de son marché, le pays commence à séduire de plus en plus les investisseurs étrangers surtout dans le secteur de l'énergie. Mais aujourd'hui les IDE commencent à s'élargir à d'autres domaines: tourisme, industrie et télécoms. Concernant les télécoms ou les TIC, le secteur connaît une nette amélioration, depuis 2000, début de l'ouverture du marché et de la création de l'ARPT. Cela ne doit pas faire oublier le «retard algérien» en matière de TIC et de leur introduction dans l'économie. La situation devient urgente. Une stratégie doit être mise en œuvre pour intégrer la société de l'information car aujourd'hui, une nouvelle économie se construit sur les NTIC. Le passage à l'économie de l'information et au e-commerce constituera un vrai moteur de relance.

8- Le E-commerce et son évolution :

Voilà une étude qui montre le développement du e-commerce face au commerce physique en magasins (**figure 3**) et on a remarqué à l'aide de cette figure que le e-commerce a commencé à augmenter en 2006 et on a découvert aussi qu'il a dépassé presque tous les chiffres d'affaires et on a conclu que cette évolution était liée par la qualité du système de la TIC utilisé. Et cette étude a été faite par : traitement, estimation et prévisions **Xerfi-Precepta** / Sources primaires : **FEVAD , INSEE.**

L'évolution des ventes en ligne versus ventes en magasins

Unité : indice de chiffre d'affaires en valeur (base 100 en 2003)



(1) Commerce en magasins essentiellement

Traitement, estimation et prévisions Xerfi-Precepta / Sources primaires : FEVAD, INSEE

Figure 3- L'évolution des ventes en ligne versus ventes en magasins [15]

9-Conclusion[16]

Une grande masse de la population en Algérie est désormais connectée à l'Internet. Cependant, le e-commerce accuse un retard et son essor y est possible et son impulsion, sans délai. Même si la qualité des données utilisées peut être à la source de quelques erreurs, limitant sans doute cette recherche, il semble que la relation entre l'évolution du e-commerce, les types de connexion à l'Internet et les formes de vente en ligne existantes dans les pays développés et en Algérie corroborent cette thèse. En effet, cette forme de commerce peut s'appuyer aussi bien sur des connexions à hauts débits que sur celles à faibles débits, plus ou moins caractéristiques en Algérie. Celui-ci doit alors mettre l'accent sur la baisse des coûts de connexion même si la tendance baissière est déjà enclenchée. A côté de cela, il y a lieu d'introduire les G3 et G4 permettant d'adapter la téléphonie mobile et l'internet aux multiples services qui en découlent. Le développement du e-commerce en Algérie serait non seulement un élément précurseur du développement de l'économie et le bien être des algériens mais aussi susceptible de hisser le pays à un niveau supérieur dans

l'utilisation des TIC, préparer le passage à l'économie de la connaissance et du savoir et par conséquent à la société de l'information.

10- L'objectif de notre PFE

L'objectif de notre PFE c'est créer un site web dynamique de vente en ligne pour des accessoires informatique et ce matériel est nécessaire pour tous les utilisateurs, entreprise, administration.

Ce site permet de réaliser les tâches suivantes :

Contrôler et gérer des relations avec des clients et les fournisseurs et les entreprises.

Gérer les commandes et les produits.

Afficher des promotions sur les produits.

Tous les clients, s'ils veulent acheter un de ces produit, ont le choix de visiter le site et sinon ils s'inscriront pour profiter de tous les privilèges de ce site et vont avoir leur propre compte.

Pour l'Algérie elle a tous les moyens pour améliorer le système du TIC et avec des nouvelles stratégies on peut exercer un e-commerce pro automatiquement il va influencer sur notre économie et sa aussi c'est l'un des objectives essentielles pour le développement de notre payé

Chapitre 2

Notre Application de E-commerce

1-Introduction

Nous avons développé une interface graphique simple et pratique pour que le client ne trouve pas de difficultés pour acheter des produits.et pour cela nous allons présenter notre environnement de développement.

2-Les langages besoins et les outils

XAMPP[1]

XAMPP est un ensemble de logiciels permettant de mettre en place facilement un serveur Web confidentiel, un serveur FTP et un serveur de messagerie électronique. Il s'agit d'une distribution de logiciels libres (**X** (cross) **A**pache**M**ySQL**P**erl**P**HP) offrant une bonne souplesse d'utilisation, réputée pour son installation simple et rapide. Ainsi, il est à la portée d'un grand nombre de personnes puisqu'il ne requiert pas de connaissances particulières et fonctionne, de plus, sur les systèmes d'exploitation les plus répandus.

Il est distribué avec différentes bibliothèques logicielles qui élargissent la palette des services de façon notable : OpenSSL, Expat (parseurXML), PNG, SQLite, zlib... ainsi que différents modules Perl et Tomcat. Nombre de ces extensions étant inutiles aux débutants, une version allégée — version *lite* — est en conséquence aussi proposée

phpMyAdmin[2]

Phpmyadmin est un outil qui facilite l'administration de MySQL sur le web. Il est écrit en PHP et permet notamment de créer / supprimer des bases de données, de créer / modifier / supprimer des tables ou enregistrements, d'exécuter des requêtes SQL, d'importer et d'exporter des structures ou données de votre base de données Mysql, et bien plus.



HTML[3]

(Traduction : HyperText MarkupLanguage)

C'est le langage universel utilisé sur les pages Web lisibles par tous les Navigateurs Web (Internet Explorer, Netscape, Mozilla, etc...). Ce langage fonctionne suivant l'assemblage et la combinaison de balises permettant de structurer et donner l'apparence voulue aux données textes, images et multimédias suivant la mise en page voulue.

CSS[4]

Le terme **CSS** est l'acronyme anglais de *Cascading Style Sheets* qui peut se traduire par "feuilles de style en cascade". Le CSS est un langage informatique utilisé sur l'internet pour mettre en forme les fichiers HTML ou XML. Ainsi, les feuilles de style, aussi appelé les fichiers CSS, comprennent du code qui permet de gérer le design d'une page en HTML.

Bien que l'HTML puisse être mis en forme à l'aide de balises prévus à cet effet, de nos jours il est plus judicieux d'utiliser le CSS et de n'utiliser le XHTML que pour le contenu.

L'avantage de l'utilisation d'un fichier CSS pour la mise en forme d'un site réside dans la possibilité de modifier tous les titres du site en une seule fois en modifiant une seule partie du fichier CSS. Sans ce fichier CSS, il serait nécessaire de modifier chaque titre de chaque page du site (difficilement envisageable pour les énormes sites de plusieurs milliers de pages).

PHP[5]

Le PHP est un langage informatique utilisé sur l'internet. Le terme PHP est un acronyme récursif de "*PHP: HypertextPreprocessor*".

Ce langage est principalement utilisé pour produire un site web dynamique. Il est courant que ce langage soit associé à une base de données, tel que MySQL. Exécuté du côté serveur (l'endroit où est hébergé le site) il n'y a pas besoin aux visiteurs d'avoir des logiciels ou plugins particulier. Néanmoins, les webmasters qui souhaitent développer un site en PHP doivent s'assurer que l'hébergeur prend en compte ce langage. Lorsqu'une page PHP est exécuté par le serveur, alors celui-ci renvoie généralement au client (aux visiteurs du site) une page web qui peut contenir du HTML, XHTML, CSS, JavaScript ...



MySQL[6]

MySQL est une base de données relationnelle libre qui a vu le jour en 1995 et très employée sur le Web, souvent en association avec *PHP* (langage) et *Apache* (serveur web). MySQL fonctionne indifféremment sur tous les systèmes d'exploitation (*Windows, Linux, Mac OS* notamment).

Le principe d'une base de données relationnelle est d'enregistrer les informations dans des **tables**, qui représentent des regroupements de données par **sujets** (table des clients, table des fournisseurs, table des produits, par exemple). Les tables sont reliées entre elles par des **relations**.

Le langage **SQL** (acronyme de *StructuredQueryLanguage*) est un langage universellement reconnu par MySQL et les autres bases de données et permettant d'interroger et de modifier le contenu d'une base de données. Les autres bases de données utilisées en informatique sont essentiellement *Microsoft SQL Server* et *Oracle*



3-Structuration du site

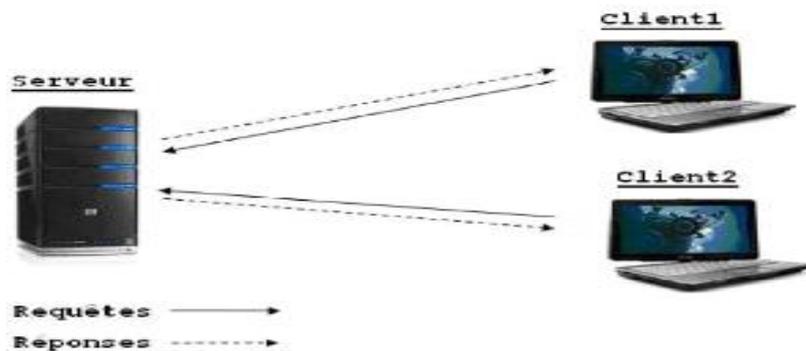


Figure 4-Schéma de la complicité entre client/serveur

3-1-Les langages utilisés par le serveur

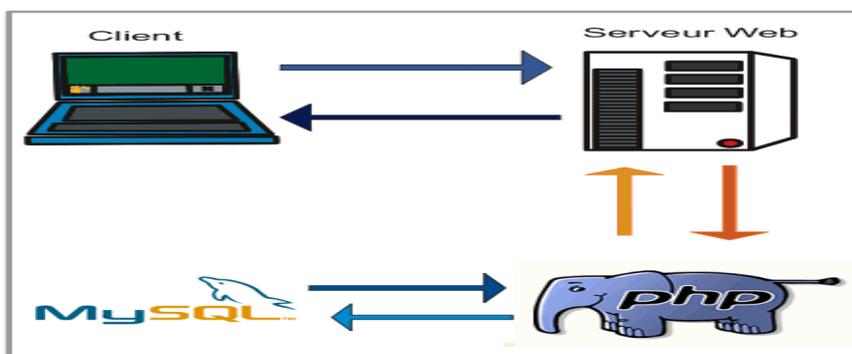


Figure 5- les langages utilisés par le serveur

3-2-L'architecture de site

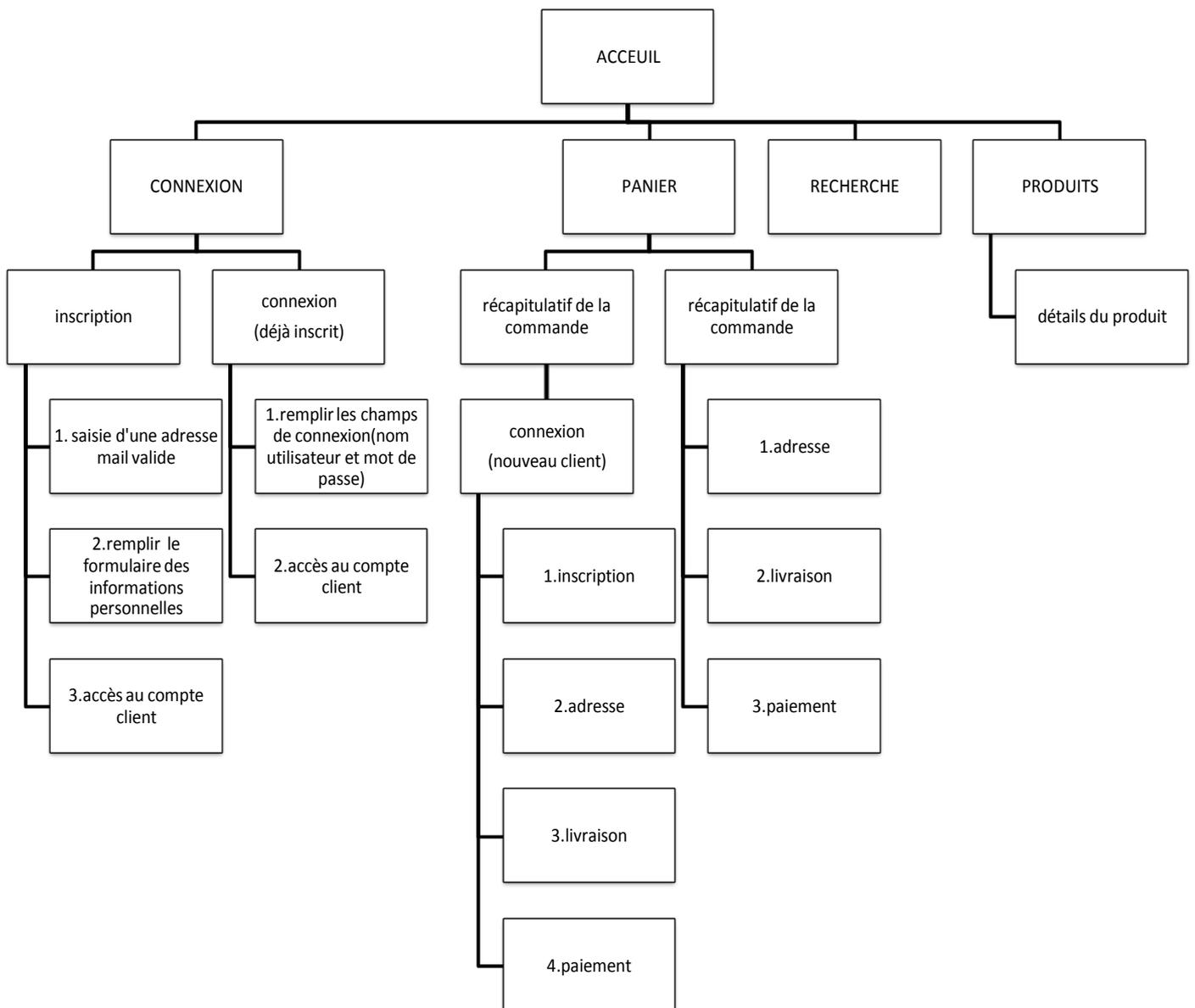


Figure 6 - L'architecture de site

4-Implémentation

On va présenter notre site, la première partie base de données et la deuxième partie interface graphique

Notre site a eu besoin d'une base de données se composant de plusieurs tables

4-1- Structure de notre base de données

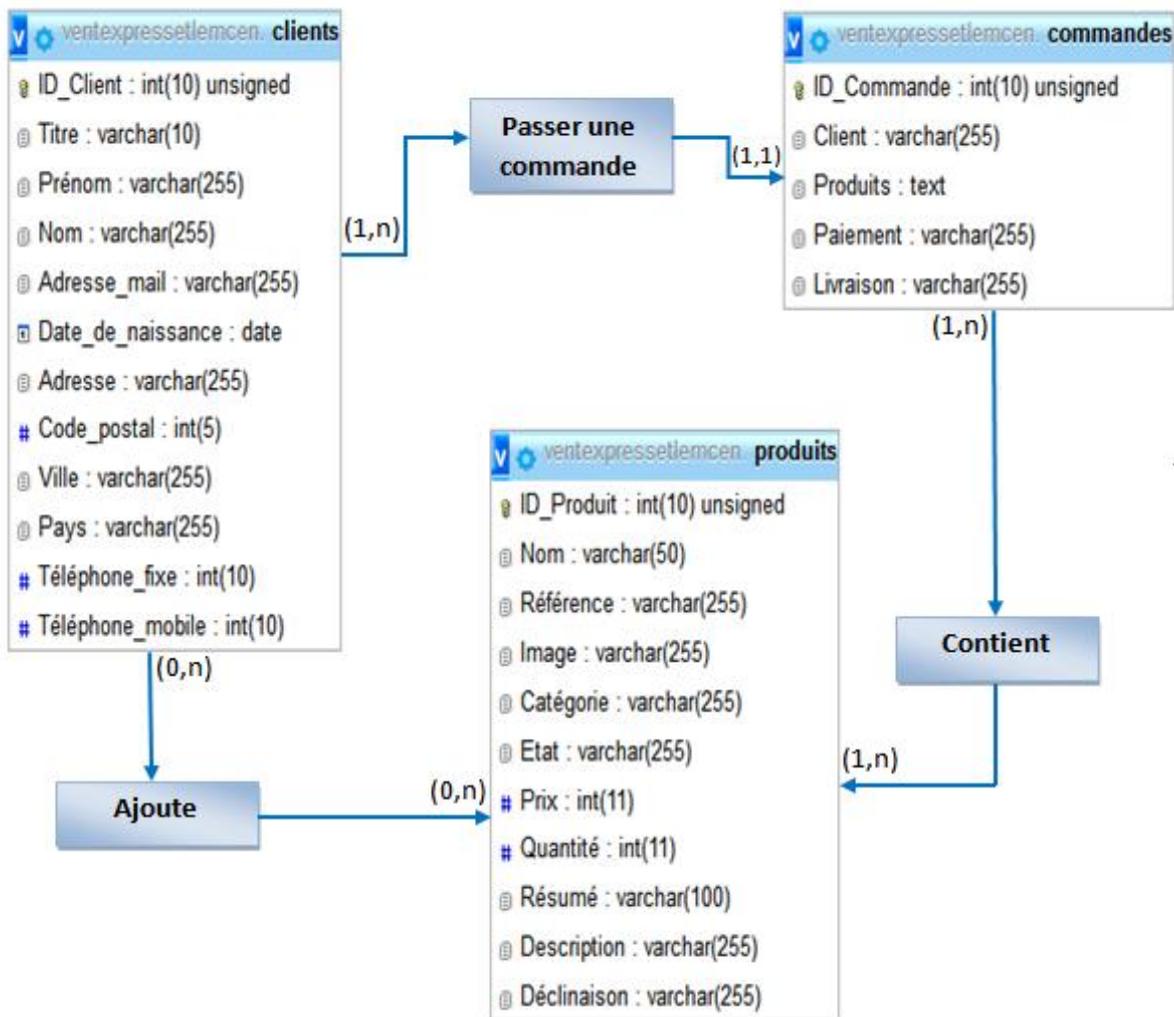


Figure 7 Schéma de la base de données

4-2- Diagramme de flux d'informations

- 1^{ère} tâche le client inscrit dans le compte
- 2^{ème} tâche le client connecte dans le compte
- 3^{ème} tâche le client créer une commande
- 4^{ème} tâche le client recherche un produit
- 5^{ème} tâche le client acheter le produit
- 6^{ème} tâche la commande contient un produit

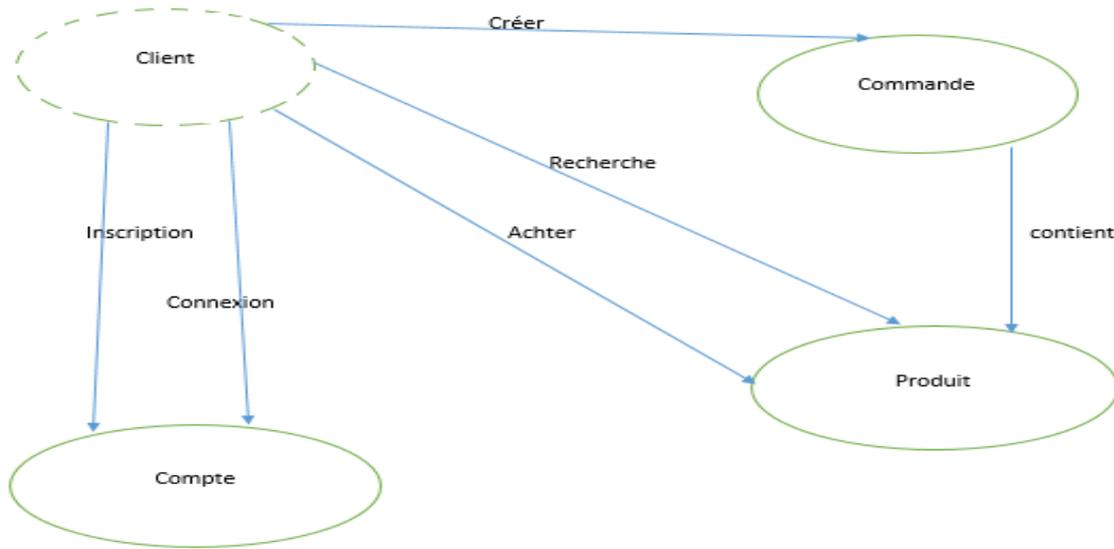


Figure 8- Schéma de diagramme de flux d'information

4-3-Les tables

4-3-1-Tables client

ID_Client : c'est le numéro d'identificateur d'un client, il est type automatique, il se incrémente après l'inscription d'un nouveaux client

Titre, Prénom, Nom, Adresse_mail ,Date_de_naissance, Adresse, Code_postal, Ville, Pays,Telephone_fixe, Telephone_mobile : les information nécessaire pour contacter le client et ces informations sont enregistré après l'inscription de client

Figure 9 –la table de client



Récentes Préférences

- Nouvelle base de données
- cdcol
- information_schema
- mysql
- performance_schema
- phpmyadmin
- test
- ventexpresssetlemcen
 - Nouvelle table
 - clients
- webauth

#	Nom	Type	Interclassement	Attributs	Null	Défaut	Extra	Action
1	<u>ID_Client</u>	int(10)		UNSIGNED	Non	Aucune	AUTO_INCREMENT	Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
2	Titre	varchar(10)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
3	Prénom	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
4	Nom	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
5	Adresse_mail	varchar(255)	utf16_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
6	Date_de_naissance	date			Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
7	Adresse	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
8	Code_postal	int(5)			Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
9	Ville	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
10	Pays	varchar(255)	utf32_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
11	Téléphone_fixe	int(10)			Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus
12	Téléphone_mobile	int(10)			Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index plus

Tout cocher Pour la sélection : Afficher Modifier Supprimer Primaire Unique Index

Version imprimable Vue relationnelle Suggérer des optimisations de structure Suivre la table Déplacer des colonnes

Ajouter 1 colonne(s) En fin de table En début de table Après ID_Client Exécuter

+ Index

Information

Espace utilisé		Statistiques	
Données	16 Kio	Format	Compact
Index	0	Interclassement	latin1_swedish_ci
Total	16 Kio	Prochain index automatique	1
Création		Mar 05 Mai 2015 à 08:51	

4-3-2- Table de produit

Id_produit : c'est la clé de la table de produit de type automatique il s'incrément après l'ajout d'un nouveaux produit

Nom : nom de produit de type caractère

Référence : référence de produit de type caractère

Image : image de produit de type caractère car en chartérise le nom de l'image

Catégorie : catégorie de produit de type caractère

Etat : état de produit de type caractère

Prix ; prix de produit de type entier

Quantité : quantité de produit de type entier

Résumé : résumé c'est un petit commentaire sur le produit de type caractère

Description : description du produit de type caractère

Déclinaison : déclinaison de produit (variation de couleur, images différents,)et cette option permet de décrire les différentes versions d'un même article et elle est de type caractère

Figure 10 – la table produit

phpMyAdmin

Base de données: ventexpresstemcen » Table: produits "Table des produits"

Afficher Structure SQL Rechercher Insérer Exporter Importer Privilèges Opérations Suivi plus

✓ La table produits a été modifiée avec succès.

```
ALTER TABLE `produits` CHANGE `Déclinaison` `Déclinaison` VARCHAR(255) CHARACTER SET utf8 COLLATE utf8_general_ci NOT NULL COMMENT 'Couleur du produit,capacité...';
```

[En ligne] [Modifier] [Créer source F]

#	Nom	Type	Interclassement	Attributs	Null	Défaut	Extra	Action
1	<u>ID_Produit</u>	int(10)		UNSIGNED	Non	Aucune	AUTO_INCREMENT	Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
2	Nom	varchar(50)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
3	Référence	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
4	Image	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
5	Catégorie	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
6	Etat	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
7	Prix	int(11)			Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
8	Quantité	int(11)			Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
9	Résumé	varchar(100)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
10	Description	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus
11	Déclinaison	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Primaire Unique Index Spatial plus

Tout cocher Pour la sélection : Afficher Modifier Supprimer Primaire Unique Index

Version imprimable Vue relationnelle Suggérer des optimisations de structure Suivre la table Déplacer des colonnes

Ajouter 1 colonne(s) En fin de table En début de table Après ID_Produit Exécuter

+ Index

Information

Espace utilisé		Statistiques	
Données	16 Kio	Format	Compact
Index	0 0	Interclassement	latin1_swedish_ci
Total	16 Kio	Prochain index automatique	1
		Création	Mar 05 Mai 2015 à 09:24

4-3-3- Tables de commande

ID_Commande : c'est le numéro de la commande il est de type entier et il s'incrémente automatiquement

Client : c'est le pseudo de la table client et elle permet de connaître le client qui passe la commande et elle est de type caractère

Produit : c'est le nom de la table produit et elle permet de connaître le produit qui a été commandé et elle est de type texte

Paiement : c'est le mode de paiement qui a été choisi par le client et elle est de type caractère

Livraison : c'est le type de livraison qui a été choisi par le client et elle est de type caractère

Figure 11- la table de commande

Figure 13- La table Ccommande

Espace utilisé		Statistiques	
Données	16 Kio	Format	Compact
Index	0 0	Interclassement	utf8_general_ci
Total	16 Kio	Prochain index automatique	1
		Création	Mar 05 Mai 2015 à 09:44

4-4-L'interface graphique

4-4-1-Page d'Accueil

Annotations de la page d'accueil :

- Page de contact :** Appelée-nous au 043 20 28 79
- Connexion :** Connexion (ou inscription) à "l'espace client"
- Logo du site :** Vente Press TLEMCCEN - 2015
- Panier (vide) :** Panier des achats (commandes)
- Menu de notre site contenant les produits disponibles :** ACCEUIL, PC PORTABLES, PC DE BUREAU, ANTIVIRUS, OFFICE, DISQUES DUR, SOURIS
- La barre de recherche dans le site :** Rechercher

Produits en vente :

- Toshiba STOR.E BASIC 2.5" To USB 3.0 : 14 500,00 DA
- Samsung D3 Station : 15 400,00 DA
- Samsung Disque Dur : 12 500,00 DA
- OFFICE 2013 : 4 500,00 DA
- OFFICE 2010 : 2 500,00 DA
- KASPERSKY : 1 400,00 DA
- BITDEFENDER : 1 300,00 DA
- AVG : 1 500,00 DA
- iPad Air 2 : 16 Go, 64 Go, 128 Go
- iPad mini 3 : 16 Go, 32 Go
- HP Invent : 15-R115NK, NB/250-G2
- Série LEDGOM LED TV SHARP : 42", 50", 55"

Services et Informations :

- LIVRAISON :** La livraison est gratuite pour les commandes d'un montant supérieur à 50 000 DA.
- CONTACT :** Nous sommes joignables du Dimanche au Jeudi de 8h45 à 17h45.
- CONFIDENTIALITE :** Nous informons notre clientèle que leurs données personnelles sont classées secret.
- ORIGINALITE DES PRODUITS VENTEXPRESSETLEMCCEN :** Nous informons notre aimable clientèle que tout nos produits sont originaux.

Footer :

- Catégories :** PC, LOGICIELS, ACCESSOIRES
- Mon compte :** Mes commandes, Mes avoirs, Mes adresses, Mes informations personnelles
- Informations sur votre boutique :** VENTEXPRESSETLEMCCEN, Boulevard des 24 mètres, Tlemcen 13000. Appelée-nous au 043 20 28 79. E-mail: ventexpresstlemccen@gmail.com

Figure 12 – page d'accueil

4-4-2- Page de connexion

Appellez-nous au : 043 20 28 79

Contactez-nous Connexion



Panier (vide)

ACCEUIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

Rechercher

Identifiez-vous

IDENTIFIEZ-VOUS

CRÉEZ VOTRE COMPTE

Saisissez votre adresse e-mail pour créer votre compte.

Adresse e-mail

 **Créez votre compte**

DÉJÀ INSCRIT?

Adresse e-mail

Mot de passe

[Mot de passe oublié ?](#)

 **Connexion**

Nous suivre    

Catégories

- PC
- LOGICIELS
- ACCESSOIRES

Mon compte

- Mes commandes
- Mes avoirs
- Mes adresses
- Mes informations personnelles

Informations sur votre boutique

 VENTEXPRESSETLEMCCEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000.

 Appelez-nous au : 043 20 28 79

 E-mail : ventexpresstlemccen@gmail.com

Figure 13- Page de connexion

4-4-3- Page catégorie PC de bureaux

Appellez-nous au 043 20 28 79
Contactez-nous Connexion



 Panier (vide)

ACCUEIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

PC > PC DE BUREAU

NOUVEAUX PRODUITS



Toshiba STORE BASIC 2.5" To USB 3.0
Disque dur externe 2 To 2.5" - Couleur Noir mat - Connexion SuperSpeed...
14 500,00 DA



Samsung D3 Station
Disque dur externe 3.5" noir - Capacité 3 To - Interface USB3.0...
15 400,00 DA



Samsung Disque Dur
Disque dur externe 2.5" - Capacité 1To (1024Go) - Interface USB3.0...
12 500,00 DA



OFFICE 2013
Office Professional 2013 est conçu pour vous permettre de créer et...
4 500,00 DA



OFFICE 2010
Microsoft Office Pro 2010 est un ensemble d'outils bureautiques pour...
2 500,00 DA



KASPERSKY
Défense contre les derniers virus, logiciels espions et autres menaces...
1 400,00 DA



BITDEFENDER
Licence 1 poste - Profitez d'une protection optimale et de mises à jour...
1 300,00 DA



AVG
AVG 2015
1 500,00 DA

[Tous les nouveaux produits >](#)

DÉJÀ VUS



Dell Inspiron Q15R
Processeur Intel® Core™ i5-2450M ...



PC DE BUREAU

Tri

Résultats 1 - 4 sur 4. [Comparer \(0\) >](#)

NOUVEAU



Exclusivité web 1
HP PAVILLION
processeur Intel® Core i7-870 (2.93 GHz) - Mémoire 4096 Mo - 1000 Go - Carte graphique Nvidia G405 (1 Go)
Disponible

62 000,00 DA Disponible

[Ajouter au panier](#)

[Détails](#)

[+ Ajouter au comparateur](#)

NOUVEAU



Exclusivité web 1
HP TOUT-EN-UN
écran 23" tactile- Processeur Intel® Core™ i3-4150 - 4 Go de mémoire DDR3L- Stockage SATA 1 To
Disponible

61 000,00 DA Disponible

[Ajouter au panier](#)

[Détails](#)

[+ Ajouter au comparateur](#)

NOUVEAU



Exclusivité web 1
LENOVO H30-00
Processeur Intel® Pentium® J2900 Quad Core - Mémoire 4Go - Stockage 1000Go - AMD Radeon R5 235 1Go dédiés
Disponible

42 000,00 DA Disponible

[Ajouter au panier](#)

[Détails](#)

[+ Ajouter au comparateur](#)

NOUVEAU



Exclusivité web 1
LENOVO TOUT EN UN
écran 23" Full HD - Processeur Intel Core i3 4005U - Mémoire 4Go - Stockage 1To - Intel HD Graphics
Disponible

44 500,00 DA Disponible

[Ajouter au panier](#)

[Détails](#)

[+ Ajouter au comparateur](#)

Résultats 1 - 4 sur 4. [Comparer \(0\) >](#)

Catégories

- PC
- LOGICIELS
- ACCESSOIRES

Mon compte

- Mes commandes
- Mes avoirs
- Mes adresses
- Mes informations personnelles

Nous suivre



Informations sur votre boutique

 VENTEXPRESSETLEMCCEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000

 Appellez-nous au 043 20 28 79

 E-mail: ventexpresstlemcen@gmail.com

Figure 14 – page catégorie PC de bureaux

4-4-4- Détail d'un produit

☎ Appelez-nous au 043 20 28 79 Contactez-nous Connexion

🛒 Panier (vide)

[ACCUEIL](#) [PC PORTABLES](#) [PC DE BUREAU](#) [ANTIVIRUS](#) [OFFICE](#) [DISQUES DUR](#) [SOURIS](#)

🔍

[🏠](#) [PC](#) [PC PORTABLES](#) [Dell Inspiron Q15R](#)



NOUVEAU intel inside
CORE I5
4 Go DDR3
500 Go
Multimédia Agrandir l'image

Exclusivité web !
Dell Inspiron Q15R ← **Nom du produit**
Référence Q15R
État : Nouveau produit
Processeur Intel® Core™ i5-2450M - Ordinateur portable noir avec écran 15".6 - 4 Go de mémoire DDR3 - Disque dur 500Go - Carte graphique ATI HD 6470M (512 Mo)
41 Produits
[Tweet](#) [Partager](#) [Google+](#) [Pinterest](#)
Donnez votre avis
Envoyer à un ami
Imprimer

45 600,00 DA
Quantité **Prix du produit**
1 - +
Couleur ← **Couleurs disponibles**
[Ajouter au panier](#)

EN SAVOIR PLUS

Processeur Intel® Core™ i5-2450M - Ordinateur portable noir avec écran 15".6 - 4 Go de mémoire DDR3 - Disque dur 500Go - Carte graphique ATI HD 6470M (512 Mo) - Port HDMI - Graveur DVD +/- RW - Wifi Intel® Centrino® N 1030 - Bluetooth - Webcam HD 1Mp - Clavier Azerty - Windows 7 Familiale Premium - Garantie 1 an.

AVIS ← **Description détaillée du produit**

Soyez le premier à donner votre avis !

Nous suivre [f](#) [t](#) [YouTube](#) [G+](#)

Catégories
PC
LOGICIELS
ACCESSOIRES

Mon compte
Mes commandes
Mes avoirs
Mes adresses
Mes informations personnelles

Informations sur votre boutique
📍 VENTEXPRESSETLEM CEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000.
☎ Appelez-nous au 043 20 28 79
✉ E-mail : ventexpresstlemcen@gmail.com

Figure 15- page de détail d'un produit

32

4-4-5- Ajouter un produit au panier

Appeler-nous au 043 20 28 79
Contactez-nous Déconnexion Karl Sidi ethaj


Panier 1 Produit

ACCEUIL
PC PORTABLES
PC DE BUREAU
ANTIVIRUS
OFFICE
DISQUES DUR
SOURIS

LOGICIELS ORIGINAUX

Tout nos logiciels sont originaux avec une licence officielle d'une année.

DÉCOUVRIR



NOUVEAUTÉS

POPULAIRE

NOUVEAU



Toshiba STOR.E BASIC 2.5" To USB 3.0

13 775,00 DA

NOUVEAU



Samsung D3 Station

14 630,00 DA

NOUVEAU



Samsung Disque Dur

11 875,00 DA

NOUVEAU



OFFICE 2013

4 275,00 DA

NOUVEAU



OFFICE 2010

Quantité 1

Total 2 375,00 DA

2 375,00 DA

✔ Produit ajouté au panier avec succès

Il y a 1 produit dans votre panier.

Total produits 2 375,00 DA

Total 2 375,00 DA

← Continuer mes achats
Commander >

NOUVEAU



iPad Air 2

2 375,00 DA

NOUVEAU



OFFICE 2010

Quantité 1

Total 1 330,00 DA

1 330,00 DA

NOUVEAU



HP Invent

1 235,00 DA

NOUVEAU



Série LE660M Sharp TV

1 425,00 DA

NOUVEAU



iPad mini 3

1 330,00 DA

NOUVEAU



ANTI-VIRUS

1 235,00 DA

NOUVEAU



HP Pavilion

1 425,00 DA

LIVRAISON

La livraison est gratuite pour les commandes d'un montant supérieur à 50 000 DA

CONTACT

Nous sommes joignables du Dimanche au Jeudi de 8h45 à 17h45.

CONFIDENTIALITE

Nous informons notre clientèle que leurs données personnelles sont classées secret.

ORIGINALITE DES PRODUITS VENTEXPRESSETLEMCCEN

Nous informons notre aimable clientèle que tout nos produits sont originales.

Catégories

- PC
- LOGICIELS
- ACCESOIRES

Mon compte

- Mes commandes
- Mes avoirs
- Mes adresses
- Mes informations personnelles
- Déconnexion

Informations sur votre boutique

VENTEXPRESSETLEMCCEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 33000.

Appeler-nous au 043 20 28 79

E-mail: ventexpressetlemccen@gmail.com

Nous suivre



Figure 16- L'ajout d'un produit au panier

4-4-6-Page de commande d'un produit

Appellez-nous au : 043 20 28 79
Contactez-nous Déconnexion Kari Sidi elhaj





ACCEUIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

🏠 [Votre panier](#)

RÉCAPITULATIF DE LA COMMANDE Votre panier contient 1 produit

01. Récapitulatif
02. Connexion
03. Adresse
04. Livraison
05. Paiement

Produit	Description	Disponibilité	Prix unitaire	Quantité		Total
	OFFICE 2010 Référence: 2010	Disponible	2 375,00 DA	1 - +		2 375,00 DA
Total produits						2 375,00 DA
TOTAL						2 375,00 DA

← Continuer mes achats

Commander →

Nous suivre





Catégories

- PC
- LOGICIELS
- ACCESSOIRES

Mon compte

- Mes commandes
- Mes avoirs
- Mes adresses
- Mes informations personnelles
- Déconnexion

Informations sur votre boutique

-  VENTEXPRESSETLEMEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000.
-  Appelez-nous au : 043 20 28 79
-  E-mail : ventexpresstlemcen@gmail.com

Figure 17- Page de commande d'un produit

4-4-7- Confirmation de la commande

Appellez-nous au : 043 20 28 79

Contactez-nous Déconnexion Kari Sidi elhaj

Vente X PRESS
TLEM CEN - 2015

Panier (vide)

ACCEUIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

Rechercher

Confirmation de commande

CONFIRMATION DE COMMANDE

01. Récapitulatif 02. Connexion 03. Adresse 04. Livraison 05. Paiement

Votre commande sur VENTEXPRESSE-TLEM CEN est bien enregistrée.
Vous avez choisi le paiement lors de la livraison.
Votre commande vous sera envoyée très prochainement.
Pour toute question ou information complémentaire merci de contacter notre support client.

← Message confirmation de la commande

[← Voir l'historique de vos commandes](#)

Nous suivre    

Catégories PC LOGICIELS ACCESSOIRES	Mon compte Mes commandes Mes avoirs Mes adresses Mes informations personnelles Déconnexion	Informations sur votre boutique  VENTEXPRESSETLEM CEN, Boulevard des 24 mètres Tlemcen 13000.  Appellez-nous au : 043 20 28 79  E-mail : ventexpresstlemcen@gmail.com
---	--	---

Figure 18- page de confirmation de la commande

4-4-8- Choix du mode de paiement

Appellez-nous au 043 20 28 79 Contactez-nous Déconnexion Karl Sidi elhaj

Vente PRESS
TLEMCEM - 2015

Panier 1 Produit

ACCUEIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

Rechercher

Votre méthode de paiement

CHOISISSEZ VOTRE MÉTHODE DE PAIEMENT Votre panier contient 1 produit

01. Récapitulatif 02. Connexion 03. Adresse 04. Livraison 05. Paiement

Produit	Description	Disponibilité	Prix unitaire	Quantité	Total
	OFFICE 2010 Référence: 2010	Disponible	2 375,00 DA	1	2 375,00 DA
Total produits					2 375,00 DA
Frais de port					Livraison gratuite !
TOTAL					2 375,00 DA

 **Payer comptant à la livraison** (Vous payez lors de la livraison de votre commande) ➤ **1**

ou

 **Payer par virement bancaire** (le traitement de la commande sera plus long) ➤ **2**

ou

 **Payer par chèque** (le traitement de la commande sera plus long) ➤ **3**

[← Continuer mes achats](#)

Nous suivre    

Catégories
PC
LOGICIELS
ACCESSOIRES

Mon compte
Mes commandes
Mes avoirs
Mes adresses
Mes informations personnelles
Déconnexion

Informations sur votre boutique
 VENTEXPRESSETLEMCEM, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000.
 Appellez-nous au 043 20 28 79
 E-mail : ventexpressetlemcen@gmail.com

Figure 19 – Page de choix de mode de paiement

4-4-9- Choix de l'option de la livraison

Appellez-nous au 043 20 28 79

Contactez-nous Déconnexion Kari Sidi elhaj

 Panier 1 Produit

ACCEUIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

Rechercher

Transport:

TRANSPORT :

01. Récapitulatif 02. Connexion 03. Adresse 04. Livraison 05. Paiement

Choisissez une option de livraison pour l'adresse : Mon domicile

	ventexpresstlemcen Délai de livraison : Livraison à domicile	← choisir le transporteur	gratuit
---	---	----------------------------------	---------

Conditions générales de vente

J'ai lu les conditions générales de vente et j'y adhère sans réserve. ([Lire les Conditions générales de vente](#))

[← Continuer mes achats](#) [Commander →](#)

Nous suivre    

Catégories
PC
LOGICIELS
ACCESSOIRES

Mon compte
Mes commandes
Mes avoirs
Mes adresses
Mes informations personnelles
Déconnexion

Informations sur votre boutique
 VENTEXPRESSTLEM CEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000.
 Appelez-nous au 043 20 28 79
 E-mail : ventexpresstlemcen@gmail.com

Figure 20 – page de choix de l'option de livraison

4-4-10- L'adresse de la livraison et de facturation

Appellez-nous au 043 20 28 79

Contactez-nous Déconnexion Kari Sidi elhaj

Vente X PRESS
TLEMCCEN - 2015

Panier 1 Produit

ACCEUIL PC PORTABLES PC DE BUREAU ANTIVIRUS OFFICE DISQUES DUR SOURIS

Rechercher

Adresses

ADRESSES

01. Récapitulatif 02. Connexion 03. Adresse 04. Livraison 05. Paiement

Choisissez une adresse de livraison :

Mon domicile

Utiliser la même adresse pour la facturation

VOTRE ADRESSE DE LIVRAISON

Kari Sidi elhaj
25 rue abassi
imama
13000 Tlemcen
Algérie
043252524

Mettre à jour >

VOTRE ADRESSE DE FACTURATION

Kari Sidi elhaj
25 rue abassi
imama
13000 Tlemcen
Algérie
043252524

Mettre à jour >

Ajouter une nouvelle adresse >

Si vous voulez nous laisser un message à propos de votre commande, merci de bien vouloir le renseigner dans le champ ci-contre

< Continuer mes achats

Commander >

Nous suivre f t You Tube g+

Catégories

- PC
- LOGICIELS
- ACCESSOIRES

Mon compte

- Mes commandes
- Mes avoirs
- Mes adresses
- Mes informations personnelles
- Déconnexion

Informations sur votre boutique

VENTEXPRESSETLEMCCEN, Boulevard des 24 mètres
Tlemcen 13000.

Appellez-nous au : 043 20 28 79

E-mail : ventexpresstlemcen@gmail.com

Figure 21- Page d'adresse de la livraison et de facturation

5-Conclusion

Nous espérons avoir été bien inspirés dans la mise au point de notre site de e-commerce, site que nous avons voulu simple, attractif mais efficace pour booster les ventes et attirer un maximum de clients.

Les sites sont toujours en développement continu, avec de nouvelles idées de marketing et donc le notre ne déroge pas à la règle qu'on peut toujours mieux faire et y apporter des améliorations.

Conclusion générale

Ce projet de fin d'étude est dirigé vers la création d'un site de vente dynamique (VENTEXPRESSE – TLEMCEN) dans le domaine de e-commerce

Pour présenter ce travail nous avons introduit des généralités sur le e-commerce, selon différents aspects comme les définitions, les différents types de e-commerce, leur développement en Algérie, et des études et estimations de chiffre d'affaires.

On a utilisé tous les langages nécessaires pour le développement de notre site (PHPMyAdmin- MySQL- PHP-HTML-.....).

On a acquis une idée précise pour réaliser un site de vente en ligne. Et on peut avancer sans fausse modestie que l'on a acquis une excellente expérience dans ce domaine.

Un site de vente en ligne est l'un des facteurs principaux pour la réussite de notre commerce (e-commerce).

Bibliographie

Chapitre 1 :

[1]. http://www.ue.katowice.pl/uploads/media/18_A.Makhloufi_M.Belattaf_Le_commerce_electronique....pdf

[2]. <http://www.comfiction.com/E-Commerce.html>

[3]. <http://le-ecommerce.e-monsite.com/pages/histoire.html>

[4]. Définition du commerce électronique et ces types
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/internet-monde/commerce-electronique.shtml>

[5] Le commerce électronique entre particulier (<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/internet-monde/commerce-electronique.shtml>)

[6] Le commerce électronique des entreprises aux particuliers
(http://fr.wikipedia.org/wiki/Commerce_electronique)

[7] Le commerce électronique entre entreprise (http://fr.wikipedia.org/wiki/Commerce_electronique)

[8]Service en ligne (<http://www.prestataires.com/dossiers/creation-de-site-ecommerce.html>)

[9]Définition de la boutique en ligne (www.dicdunet.com)

[10]Description de la boutique en ligne (www.dicdunet.com)

[11]Les opérations commerciales du e-commerce sur les différents secteurs

([www.forumducommerce.org/Les-stratégies-nationales-pour-le-commerce-électronique-Au-delà-de-laccès/](http://www.forumducommerce.org/Les-strategies-nationales-pour-le-commerce-électronique-Au-delà-de-laccès/))

[12]Les avantages et les inconvénients du E-commerce (<http://www.oeconomia.net/private/cours/economieentreprise/themes/ecommerce.pdf>)

[13]Avenir du e-commerce en Algérie (www.ue.katowice.pl)

[14]Possibilité de développement (www.ue.katowice.pl)

[15] L'évolution des ventes en ligne versus ventes en magasins

(<http://www.google.fr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fblog.economie-numerique.net%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F11%2Fstats.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.stefanwith.com%2Fpage%2F5%2F&h=380&w=518&tbnid=JG5TeLtK2NMVjM%3A&zoom=1&docid=njOAlvLwdfaYoM&hl=fr&ei=slt0VYnxEsP-UKG-gsAP&tbm=isch&iact=rc&uact=3&dur=1022&page=2&start=19&ndsp=22&ved=0CikBEK0DMCE>)

[16]Conclusion (www.ue.katowice.pl)

Chapitre 2 :

[1]Définition XAMPP (<http://fr.wikipedia.org/wiki/XAMPP>)

[2]Définition du phpMyAdmin (ufrsciencetech.u-bourgogne.fr/infotronique/3/itc7.../phpmyAdmin.pdf)

[3]Définition du langage HTML (<http://www.clashinfo.com/dico/definition-h/art45-html.html>)

[4]Définition du CSS (<http://glossaire.infowebmaster.fr/css/>)

[5]Définition du PHP (<http://glossaire.infowebmaster.fr/php/>)

[6]Définition du MYSQL (<http://www.mosaique-info.fr/glossaire-web-referencement-infographie-multimedia-informatique/m-glossaire-informatique-et-multimedia/448-mysql-definition.html>)

Liste des Figures

Figure 1-Schéma représente les mouvements des sites de vente dans le monde.....9

Figure 2- Schéma du e-commerce sur le net.....10

Figure 3- L'évolution des ventes en ligne versus ventes en magasins	16
Figure 4- Schéma de la complicité entre client/serveur	21
Figure 5- Les langages utilisés par le serveur	21
Figure 6- L'architecture de site.....	22
Figure7- Schéma de la base de données.....	23
Figure 8- Schéma de diagramme de flux d'information.....	24
Figure 9- La table client.....	25
Figure 10- La table produit	27
Figure 11- La table commande.....	28
Figure 12- Page d'accueil.....	29
Figure 13- Page de connexion.....	30
Figure 14- Page catégorie pc de bureaux.....	31
Figure 15- Page de détail d'un produit.....	32
Figure 16- Page de l'ajout d'un produit au panier.....	33
Figure 17- Page de commande d'un produit.....	34
Figure 18- Page de confirmation de la commande.....	35
Figure 19- Page de choix de mode de paiement.....	36
Figure 20- Page de choix d'option de la livraison.....	37
Figure 21- Page d'adresse de la livraison et de facturation.....	38

Glossaire

TIC Les notions de Technologies de l'Information et de la Communication

DFI Le **diagramme de flux d'information** est une représentation graphique d'un système d'information (SI)

l'OCDE : L'organisation de coopération et de développement économique

FEVAD La Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance

INSEE L'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee)

Xerfi est un institut d'études économiques privé, spécialisé dans les analyses sur les secteurs et les entreprises.

Precepta c'est le médiateur du monde économique

Adresse : L'adresse permet d'identifier le chemin d'accès à parcourir pour se rendre d'un ordinateur à un autre. On distingue l'adresse IP (désigne le numéro de l'ordinateur), l'adresse e-mail (celle de la boîte aux lettres électronique de la messagerie) et l'adresse d'un site (nom de domaine pour s'y connecter).

HTML (Hypertext Markup Language) : Langage définissant le format des informations mises sur le web, par exemple la place du texte et des images, la définition des liens hypertextes, la procédure de remplissage des formulaires ...

http (Hypertext Transfer Protocol) : Protocole de communication client-serveur utilisé pour les échanges de données sur la toile.

.