



TCO :
UN INDICATEUR CLÉ
POUR OPTIMISER
LA RENTABILITÉ DE
VOÛRE E-COMMERCE

PRESTASHOP

INTRO DUCTION

Lorsqu'une entreprise se lance dans le e-commerce et s'interroge sur la création ou la refonte de son site internet, le prix d'achat est bien souvent le seul critère financier évalué. Or, un site e-commerce, comme tout investissement clé pour une société, comprend un coût d'acquisition, mais également des dépenses d'utilisation et de fonctionnement qui perdurent, et ce, sur plusieurs exercices. Aussi, pour prendre la bonne décision, il est nécessaire de calculer le TCO, Total Cost of Ownership ou, en français, coût total de possession.



SOMMAIRE

Introduction	2
1.	
Le TCO c'est quoi ?	4
2.	
Le TCO, un indicateur stratégique	6
3.	
Comment calculer le TCO d'un site e-commerce ?	8
4.	
Quels avantages à connaître son TCO ?	11
5.	
Quel est le bon moment pour calculer le TCO de sa boutique en ligne ?	14
Conclusion	17

LE TCO C'EST QUOI ?

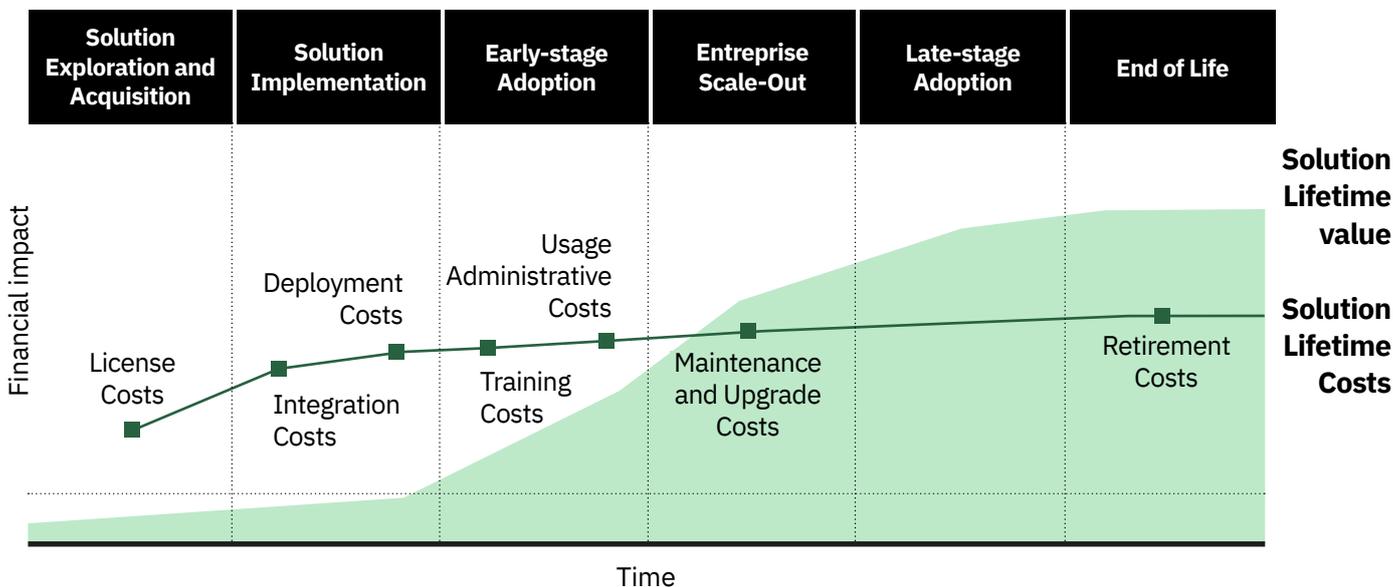
Un peu d'histoire...

Pour certains, le calcul du Total Cost of Ownership (TCO) remonterait à l'époque napoléonienne, période à laquelle les ingénieurs se seraient attachés à **analyser la rentabilité de l'artillerie** et en particulier celles des canons en prenant en compte l'achat du matériel, des munitions, des boulets et de la poudre noire, ainsi que leur entretien. De façon plus certaine, le concept de coût du cycle de vie est attribué au ministère de la Défense des États-Unis, qui l'aurait déployé, dans les années

80, pour évaluer l'acquisition des systèmes et équipements de la Marine dans leur globalité, incluant les frais d'exploitation et de maintenance.

En économie, le TCO a été introduit pour la première fois en 1987 par Bill Kirwin, analyste chez **Gartner**, pour étudier, à l'époque, le coût du poste de travail informatisé. Experts en stratégie de commerce en ligne, les consultants s'attachent, encore aujourd'hui, à **mesurer l'efficacité et l'efficacité des modèles** en matière d'acquisition, de développement de projet et de gestion technologique.

Illustrative Solution Life Cycle With Value and Cost Association



TCO, de quoi s'agit-il ?

Le TCO (Total Cost of Ownership) ou coût total d'acquisition est un **indicateur financier**. Il évalue l'ensemble des dépenses engagées sur un produit ou une prestation de service, et ce, tout au long de son existence. Il permet donc de déterminer le **coût réel** d'un projet, bien au-delà du prix d'achat seul, et de s'assurer de sa **rentabilité**. Véritable outil d'aide à la décision, cette méthode de calcul avancée repose sur une analyse approfondie et précise. Elle s'inscrit dans une approche globale de mesure de l'investissement, à savoir le coût de production, d'acquisition, d'utilisation, de gestion jusqu'au retrait de son actif.

En amont, le calcul du TCO ou Total Cost of Ownership est particulièrement pertinent pour **bien choisir ses investissements**, évaluer les risques, valider sa capacité financière et garantir son équilibre économique. Le TCO concerne avant tout les investissements stratégiques de l'entreprise. Il peut s'agir d'un outil industriel, d'un bâtiment ou d'une infrastructure, d'une flotte automobile ou encore d'un outil informatique (ERP, CRM, application métier, site internet ou boutique en ligne).

A posteriori, le calcul du coût total d'acquisition permet d'apprécier son modèle économique à court, moyen et long termes, et de penser à l'**optimisation**. En effet, grâce à une juste évaluation du Total Cost Ownership, le manager gagne en **visibilité**. Il peut piloter plus objectivement son entreprise, jauger sa **performance**, fixer les prix de vente de ses produits ou services, affiner ses marges opérationnelles et bénéfiques, et analyser son ROI avec précision.

TCO et e-commerce ?

Le TCO d'un site e-commerce, au cœur du business modèle de l'entreprise, permet donc de mesurer la globalité des coûts afférents afin de déterminer sa rentabilité et de mettre en place une méthode de gestion financière efficace. Ainsi, le **calcul du coût réel d'acquisition** prend en compte l'ensemble des charges, et ce tout au long du cycle de vie de l'interface, c'est-à-dire l'**investissement de départ**, de conception et de développement, ainsi que les **dépenses associées**, coûts cachés ou coûts indirects, à savoir celles liées à son bon fonctionnement et à sa maintenance, soit les achats de matériels, les frais d'entretien et de manutention, les frais d'utilisation, les abonnements à un service, etc.



Le TCO d'un site e-commerce, au cœur du business modèle de l'entreprise, permet donc de mesurer la globalité des coûts afférents afin de déterminer sa rentabilité et de mettre en place une méthode de gestion financière efficace.

LE TCO, UN INDICATEUR STRATÉGIQUE





Pourquoi des indicateurs ?

Les indicateurs permettent de **mesurer la performance d'une entreprise**, de déterminer la qualité de son fonctionnement. Ce sont de précieux **outils d'aide à la décision** pour la gestion de l'entreprise. Il existe différents indicateurs :

- **financiers**,
- de **suivi d'activité commerciale et marketing** (taux de transformation, de satisfaction, de rétention, ROI, notoriété, évolution des parts de marché...),

- de **gestion des ressources humaines** (taux d'absentéisme, d'accidents du travail, de turn-over),
- de **RSE** qui fournissent des informations sur l'impact environnemental de la production, les conditions et la qualité de vie au travail notamment.

Les **indicateurs financiers** sont indispensables pour **piloter une entreprise**, vérifier la **viabilité d'un projet**, déterminer la pertinence d'un investissement, etc.

Le premier d'entre eux est le chiffre d'affaires. Les tableaux de bord s'appuient également sur le taux de rentabilité, la trésorerie, le résultat d'exploitation, le coût de revient, le seuil de rentabilité, le BFR (besoins en fonds de roulement), l'EBE (excédent brut d'exploitation), le CAF (capacité d'autofinancement), ou encore le TCO (coût d'acquisition total).

À quoi sert le TCO ?

Le TCO ou coût d'acquisition total permet d'avoir une vision plus juste de l'investissement, le seul critère du prix d'achat étant loin d'être suffisant. Il participe aussi à **mesurer la création de valeur de l'entreprise** et à évaluer la **pertinence du modèle économique**. Grâce à une analyse précise des coûts à chaque étape du cycle de vie du produit ou du service, le Total Cost Ownership est un outil stratégique pour piloter une entreprise. Il permet de :

- anticiper et optimiser la gestion des dépenses directes et indirectes, faciliter les négociations avec fournisseurs et partenaires,
- aider à la décision d'externaliser ou d'internaliser un produit ou une prestation,
- mesurer l'impact du produit acheté sur le besoin en fonds de roulement (BFR),
- maîtriser sa politique de prix de vente et affiner ses marges opérationnelles,
- mesurer avec précision son retour sur investissement (ROI).

Le TCO s'avère être un outil essentiel pour **accompagner un projet d'investissement**, à l'instar d'un site e-commerce, qui engage fortement l'entreprise à moyen et long termes. Il participe pleinement à bien gérer une entreprise par une meilleure connaissance de sa **structure de coûts**.

COMMENT CALCULER LE TCO D'UN SITE E-COMMERCE ?

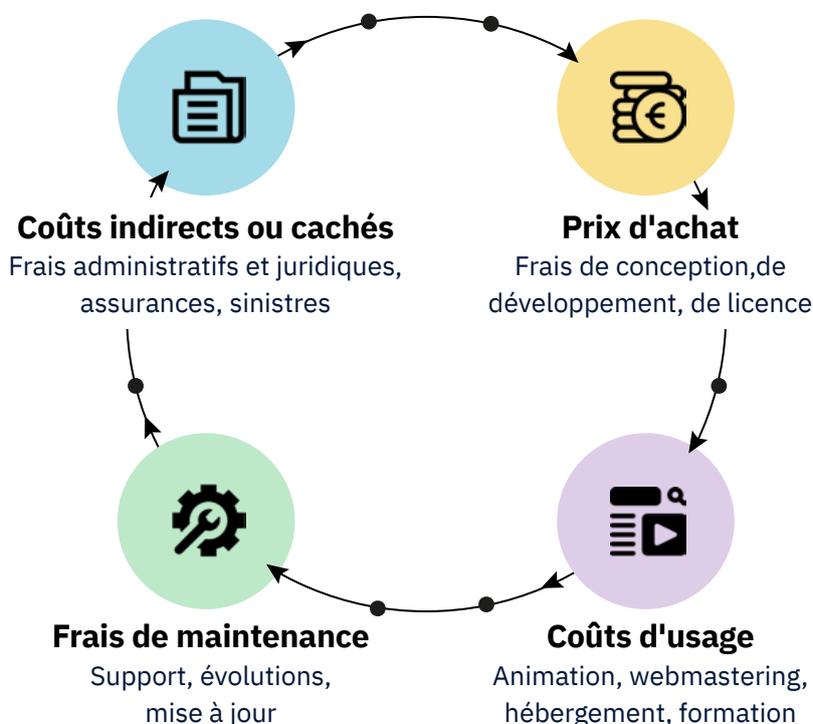


Pour déterminer le Total Cost of Ownership (TCO), il est nécessaire de prendre en considération les spécificités et les caractéristiques de chaque bien ou de chaque service concerné. Le processus d'évaluation à appliquer varie en fonction du secteur d'activité, du type produit

et de son utilisation (outil industriel, flotte automobile, logiciel informatique).

Pour calculer le coût total d'un site e-commerce sur l'ensemble de son cycle de vie, il faut recenser le **prix d'achat**, les **coûts de fonctionnement** et d'**entretien**.

Total Cost of Ownership (TCO)



Quels sont les coûts à prendre en compte ?

L'évaluation du TCO intègre les **coûts directs**, frais de conception et de développement, et les coûts indirects liés à l'administration et à l'animation du site, aux évolutions et à la maintenance nécessaires pour garantir sa performance et son attractivité. Au fil du temps, l'interface devra indubitablement être optimisée et enrichie pour accompagner la croissance de l'entreprise. Ces coûts ne doivent donc pas être sous-estimés. De même, il est préférable d'anticiper les **coûts cachés** associés aux

risques potentiels d'improductivité, par exemple. Enfin, les coûts de retrait doivent également être pris en compte (archivage, migration).

1 - Identifier les coûts d'acquisition

2 - Évaluer les coûts récurrents, de gestion, d'entretien

3 - Anticiper les risques

Conception

Les coûts de conception constituent une part importante des coûts d'acquisition, mais ils peuvent aussi être récurrents dans le cadre d'optimisation de l'interface. Il est donc pertinent de les évaluer sur l'ensemble du cycle de vie du site.

- assistance à la maîtrise d'ouvrage (définition des besoins, rédaction d'un cahier des charges)
- prototypage
- création graphique
- intégration, développement et documentation
- production de contenus, de visuels, de vidéos
- traduction
- frais de licence, frais variables, pourcentage sur volume et frais sur transaction

Juridique

Les frais juridiques sont souvent sous-estimés et pourtant il est essentiel de bien connaître et appliquer les réglementations en vigueur, et ce, pour chaque marché cible.

- NDD
- CGV
- RGPD
- Propriété intellectuelle

Infrastructure et infogérance

La qualité de l'infrastructure et de l'hébergement sont des facteurs clés de performance d'un site e-commerce.

- Hébergement
- Data center
- Monitoring
- Stockage, archivage
- Sauvegarde
- Sécurité et conformité

Formation des utilisateurs

La formation des équipes internes est une étape importante pour animer le site et mettre à jour les informations, analyser les indicateurs et les données disponibles.

Maintenance

Le coût de maintenance d'un site peut être évalué en amont, dès la phase de conception, par un prestataire externe.

- Corrective
- Prédictive et préventive
- Mise à niveau
- Support technique

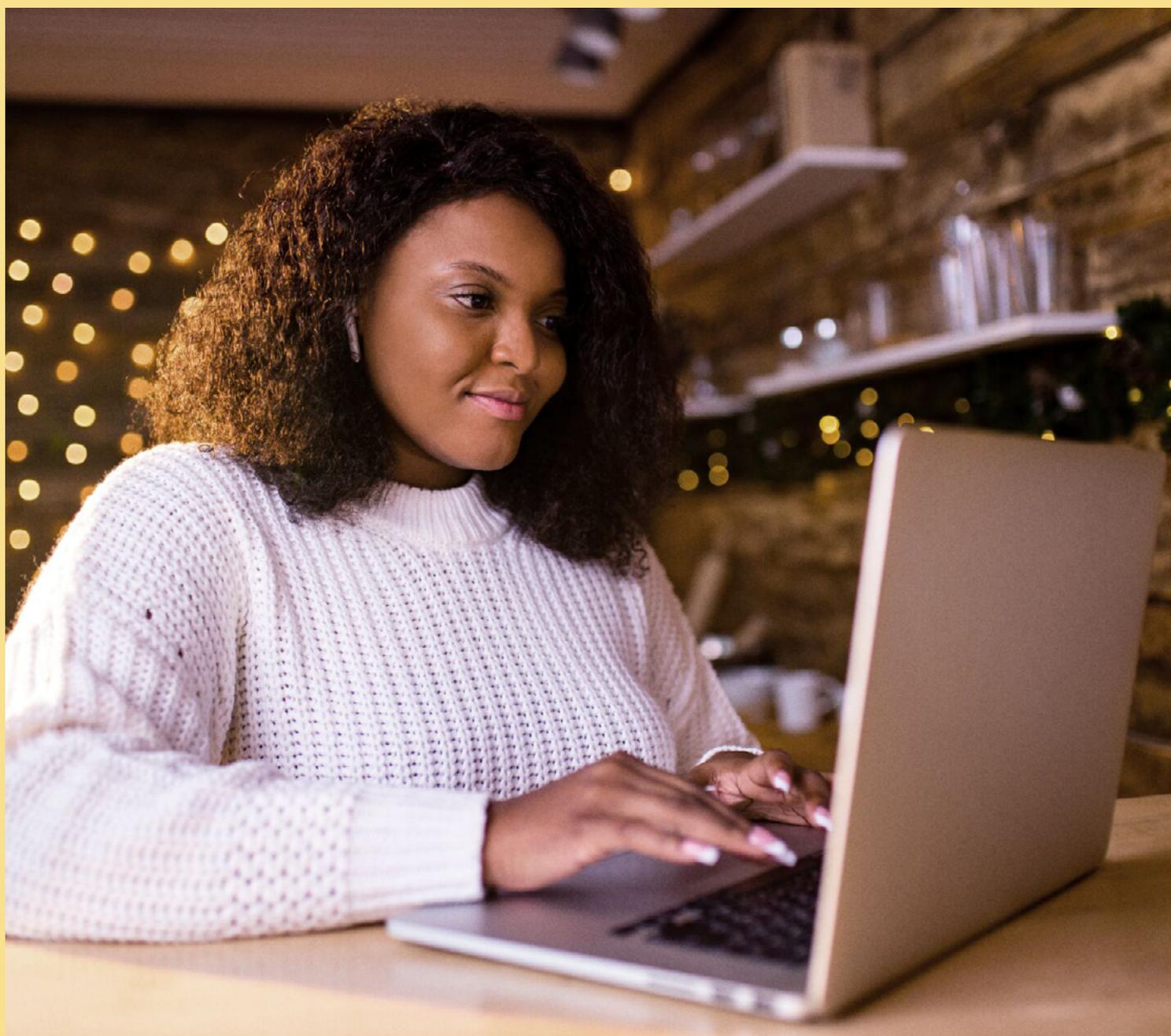
Coûts cachés

Les coûts cachés relèvent souvent d'un changement de système d'information, entraînant, selon les cas, des développements additionnels, la sauvegarde et la migration de données. Ils sont aussi la conséquence de sinistres.

- Dette technologique
- Migration des données
- Connexion aux systèmes d'information de l'entreprise (ERP, CRM...)
- Assurances
- Frais liés aux interruptions de service et aux sinistres et aux pertes

Attention, le travail des équipes internes, les responsables du site e-commerce, ainsi que les coûts d'acquisition marketing qui peuvent représenter une part déterminante du budget marketing, nécessaire pour gagner en visibilité, développer sa notoriété et sa clientèle, ne sont ici pas inclus dans le calcul du Total Cost of Ownership (TCO).

QUELS AVANTAGES À CONNAÎTRE SON TCO ?



Le suivi du Total Cost of Ownership (TCO) est un véritable outil d'aide à la décision en matière d'achat et d'investissement. Il offre de nombreux avantages particulièrement utiles au chef d'entreprise.

Il permet d'obtenir une **estimation précise** des coûts réels d'un site e-commerce, directs et indirects, d'évaluer le **retour sur investissement** (ROI), de déterminer le moment optimal pour engager des évolutions, et de prendre des **décisions éclairées** pour une gestion financière plus efficace.

- Mise en place d'un processus d'analyse et de maîtrise des coûts
- Anticipation des dépenses à venir
- Optimisation de l'utilisation des ressources internes et externes
- Prise de décision en connaissance de cause
- Amélioration de la performance financière de l'entreprise

Le TCO permet en outre d'éviter le gaspillage, et de mieux négocier avec ses fournisseurs.

Quels risques à méconnaître son TCO ?

Le calcul du TCO offre une meilleure compréhension de son projet, de son dimensionnement, des coûts d'acquisition et d'exploitation nécessaires. Véritable indicateur financier clé, il favorise et accompagne la croissance d'une entreprise. Ignorer ou sous-évaluer le TCO de son site e-commerce, c'est prendre le risque de voir surgir des **dépenses imprévues**, voire d'engendrer des **pertes**.

- Perte de rentabilité
- Déséquilibre budgétaire
- Perte de confiance et de crédibilité vis-à-vis des partenaires financiers.



Le calcul du TCO offre une meilleure compréhension de son projet, de son dimensionnement, des coûts d'acquisition et d'exploitation nécessaires.

Calculer son TCO pour évaluer son ROI ?

La mesure du TCO nécessite la mise en place de **processus d'analyse et de maîtrise des dépenses**, des bénéfices et des risques qui peuvent s'avérer très pertinents au quotidien. Le TCO est aussi une excellente façon de suivre son retour sur investissement (ROI), l'autre moitié de l'équation, qui évalue les gains ou les rendements obtenus grâce à cet investissement. Parmi les principaux indicateurs de gestion figure le retour sur investissement RSI, ou ROI en anglais

pour Return on Investment. Cet indicateur est utilisé à plusieurs niveaux dans l'entreprise pour étudier la rentabilité d'un projet, d'une campagne marketing, d'un investissement immobilier, matériel ou l'acquisition d'un logiciel par exemple. La formule de calcul est la suivante :
Retour sur investissement (%) = (gain de l'investissement – coût de l'investissement) / coût de l'investissement.

Un calcul qui pour être précis nécessite une évaluation préalable du coût de l'investissement... le TCO.

BIEN CONNAÎTRE SON TCO

- ✓ Maîtrise des coûts
- ✓ Anticipation des dépenses à venir
- ✓ Optimisation des ressources internes et externes
- ✓ Aide à la décision et à la négociation
- ✓ Meilleure évaluation du ROI
- ✓ Gestion financière de l'entreprise plus efficace à court, moyen et long termes

MAL CONNAÎTRE SON TCO

- ✗ Absence de visibilité
- ✗ Risque de dépenses imprévues
- ✗ Mauvaise attribution des ressources
- ✗ ROI approximatif
- ✗ Risque de perte de rentabilité
- ✗ Gestion à court terme

QUEL EST LE BON MOMENT POUR CALCULER LE TCO DE SA BOUTIQUE EN LIGNE ?



TCO : un indicateur clé pour optimiser la rentabilité de votre e-commerce

Idéalement, le Total Cost of Ownership (TCO) se mesure **en amont d'un projet** de création ou de refonte de site internet, avant même de choisir le prestataire et/ou la solution technologique. Cette anticipation permet d'estimer le budget requis à court, moyen et long termes en tenant compte de son cycle de vie.

Pour être pérenne, une interface e-commerce est amenée à évoluer fréquemment au gré des innovations et des changements d'usage. Les outils d'analyse de trafic et de comportements des internautes sont également riches d'enseignements qui amènent à développer des correctifs qu'ils soient graphiques, ergonomiques ou fonctionnels.

Pour mener à bien son projet, il est nécessaire de prévoir ces dépenses à venir.

Pour une gestion performante, il faut ensuite

Quel est le bon moment pour calculer le TCO de sa boutique en ligne ?

réévaluer régulièrement son TCO, pour en observer l'évolution et vérifier son exactitude. Les changements de contexte économique, technologique et social peuvent impacter les dépenses et donc son calcul.

Comment optimiser son TCO ?

Le calcul du Total Cost of Ownership (TCO) permet, de fait, d'avoir une juste appréciation de l'ensemble des dépenses afférentes à un projet, préalable à de meilleures conditions de négociation. C'est aussi un excellent moyen de détecter les dépenses cachées, les éventuels doublons ou mauvaises attributions de ressources. Quelques pistes d'optimisation :

- Opter pour une solution pérenne et évolutive qui accompagne la croissance de votre entreprise
- Négocier l'achat initial en mettant en perspective une collaboration sur 3 ans
- Assurer une maintenance préventive pour éviter pannes et dysfonctionnements pouvant générer des frais importants et une perte de chiffre d'affaires
- Former les équipes internes pour une utilisation efficiente

TCO et amortissement

L'objectif du Total Cost of Ownership (TCO) est d'estimer le coût complet d'un actif informatique, en recensant en détail toutes les dépenses et charges associées. Ce processus facilite, de fait, le calcul de son **amortissement**. En effet, les dépenses liées à la conception et à la réalisation d'un site e-commerce, qui enregistre des commandes et/ou qui fait partie du système commercial de l'entreprise, sont couramment portées à l'actif du bilan au titre d'immobilisations incorporelles sur une durée variable, généralement entre 3 et 5 ans. Ce peut être aussi le cas de dépenses postérieures contribuant à améliorer le site au point de générer des avantages économiques futurs.





PRESTASHOP

Votre boutique, à votre façon

Nos différents plans vous donnent la liberté de concevoir votre boutique comme vous l'entendez, avec le soutien dont vous avez besoin pour lancer, développer et faire évoluer votre activité en ligne.

Comparez et choisissez le plan adapté à votre entreprise.

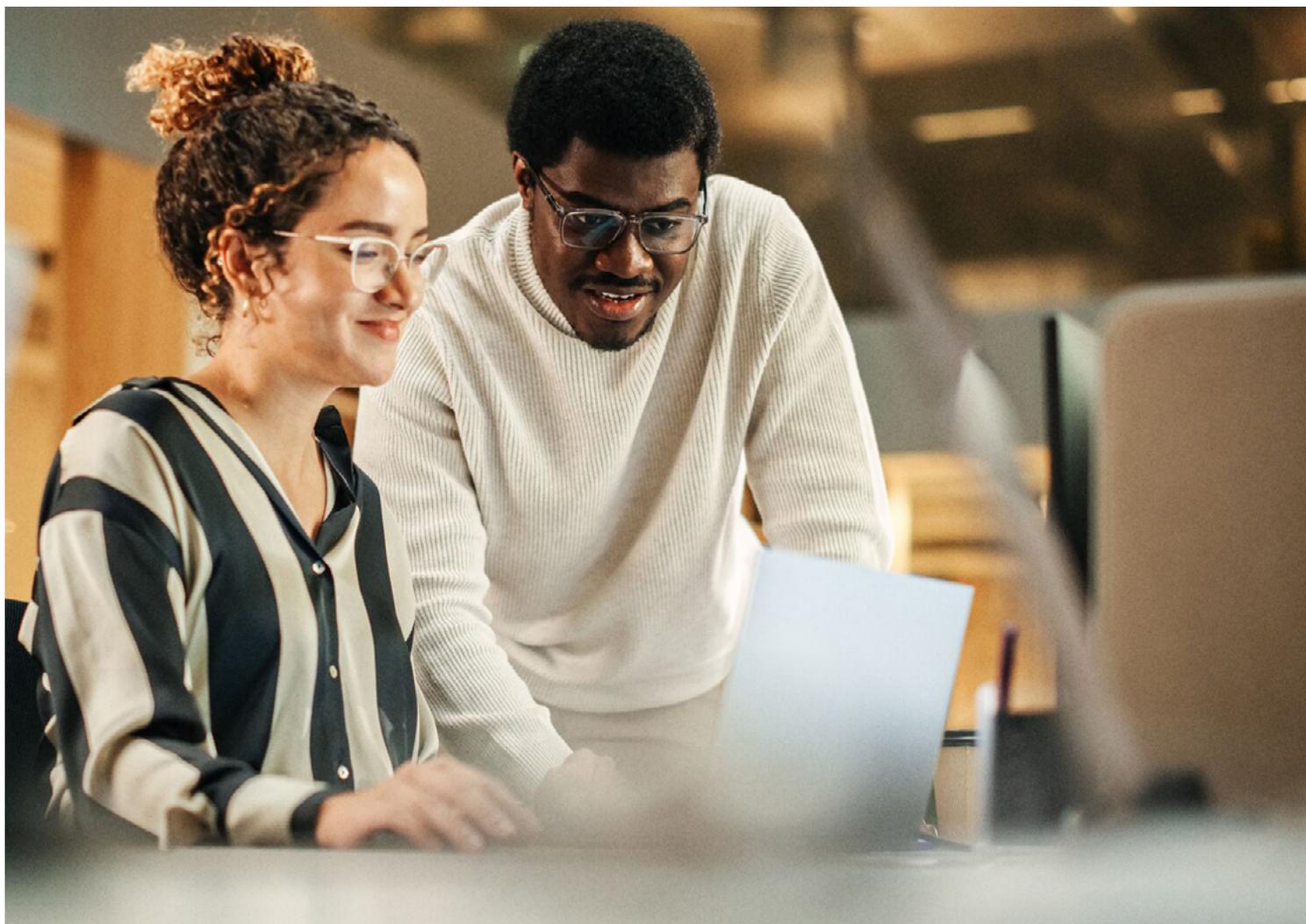
[VOIR LES PLANS ►](#)

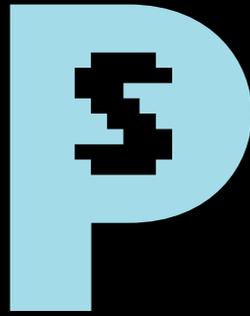
CONCLUSION

Le TCO, Total Cost of Ownership ou, en français coût total d'acquisition ou de possession, est un indicateur clé pour engager la création ou la refonte d'un site internet et plus encore une boutique en ligne. Il prend toute sa place dans un business plan, en amont d'un projet, et s'avère également indispensable à la bonne gestion d'une entreprise. Il facilite le

calcul du ROI comme l'imputation comptable des dépenses, en charges ou en amortissement.

Véritable outil d'aide à la décision, il permet de s'interroger sur le long terme, d'appréhender l'avenir de l'entreprise, d'anticiper sa croissance et ses besoins futurs.





Suivez-nous !

