

Sommaire

Les nouvelles réalités de l'e-commerce pendant la période des fêtes de fin d'année	3
Bonne pratique n°1 : maximisez l'expérience client, particulièrement pour les appareils mobiles	5
Bonne pratique n°2 : consolidez votre site pour faire face aux pics d'affluence du Cyber Weekend	8
Bonne pratique n°3 : renforcez vos défenses contre les attaques DDoS	12
Bonne pratique n°4 : prévenez l'usurpation de comptes utilisateur par des bots	14
Bonne pratique n°5 : sécurisez votre site, vos clients et votre marque	16
Comment Cloudflare peut faciliter l'e-commerce pendant la période des fêtes de fin d'année	18
Notes de bas de page	19

Les nouvelles réalités de l'e-commerce pendant la période des fêtes

Pour les revendeurs en ligne, le Cyber Weekend 2019 a été une véritable fête en soi, avec des revenus record qui ont atteint 28,4 milliards de dollars aux États-Unis et jusqu'à 90 milliards de dollars dans le monde.¹

Toutefois, les défis ont été nombreux. Lors de cette édition du Cyber Weekend, les revendeurs en ligne ont dû faire face à des pressions concurrentielles croissantes, aux attentes grandissantes des consommateurs et à des défis majeurs en matière de sécurité – autant de facteurs qui devraient orienter leur stratégie en 2020.

Les soldes incontournables devient mobiles

D'une part, les opportunités sont nombreuses ; il suffit de regarder le monde des appareils mobiles pour s'en convaincre.

Le jour de Thanksgiving, les appareils mobiles représentaient 63 % du trafic sur les sites et 45 % des ventes, contre 24 % l'année passée.² Et lors du Cyber Monday, les achats effectués depuis un smartphone ont, pour la première fois, dépassé les 3 milliards de dollars, marquant une augmentation spectaculaire de 46 % par rapport à 2018.³

Un environnement concurrentiel en évolution rapide

Parmi les bonnes nouvelles qui ont marqué cette période de fêtes de fin d'année, Amazon représentait toujours près de la

moitié de la totalité des revenus générés par l'e-commerce aux États-Unis en 2019.

Par ailleurs, Amazon n'est plus le seul acteur. En 2019, le géant chinois de l'e-commerce Alibaba a réalisé des transactions à hauteur de 38 milliards de dollars en 24 heures seulement⁴, éclipsant tous les revenus générés par les revendeurs en ligne américains entre Thanksgiving et le Cyber-Monday.

Pour faire face à cette concurrence, les revendeurs doivent proposer des expériences d'achat attrayantes et fluides, reposant sur des capacités de Cloud, de commerce et de logistique infaillibles.

Suite >>

2x

Augmentation des pics d'affluence sur les sites pendant le Cyber Weekend 2019

↑ 12,2 %

Augmentation des interactions de validation de commande pour les revendeurs en ligne sur le réseau Cloudflare, Black Friday 2019 contre 2018

↑ 5,9 %

Augmentation des interactions de validation de commande pour les revendeurs en ligne sur le réseau Cloudflare, CyberMonday 2019 contre 2018

Source : Cloudflare

La menace grandissante de la cybercriminalité

Malheureusement, les revendeurs ne sont pas les seuls à vouloir faire de bonnes affaires pendant la période des fêtes de fin d'année. Les cybercriminels mettent tout en œuvre pour exploiter les identifiants de connexion volés dans le but d'usurper des comptes client et se livrer à une frénésie d'achats illicites.

Aux États-Unis, les pertes imputables à l'usurpation de comptes utilisateur s'élèvent désormais à plus de 4 milliards de dollars par an.⁵ À l'échelle mondiale, la fraude aux paiements pourrait représenter plus de 30 milliards de dollars en 2020.⁶ Quant aux pirates informatiques qui injectent du code malveillant dans des sites web dans le but de dérober des informations de carte de crédit, ils constitueront vraisemblablement une menace majeure pour le secteur de la vente au détail durant l'année à venir.⁷

Toutefois, riposter signifie avant tout trouver le bon équilibre. À l'heure où les taux d'abandon de paniers d'achats sont déjà de l'ordre de 70 %, voire davantage, les revendeurs doivent trouver de nouvelles façons de renforcer leurs défenses sans compromettre la fluidité de l'expérience pour leurs clients.



Bonnes pratiques pour garantir le succès pendant la période des fêtes

Ce rapport de Cloudflare décrit les stratégies à adopter pour surmonter les défis de la préparation des sites web d'e-commerce avant des événements majeurs, qu'il s'agisse d'une journée de soldes incroyables ou de l'ensemble de la période des fêtes de fin d'année.

De nombreuses informations exploitables présentées dans cet ebook reposent sur les données recueillies par Cloudflare entre le Black Friday et le Cyber Monday 2019, les

tendances dominantes de l'industrie et des informations fournies par les principaux revendeurs en ligne sur le réseau de Cloud mondial de Cloudflare. Pour identifier ces bonnes pratiques, Cloudflare a mesuré, du 29 novembre au lundi 2 décembre 2019, le trafic sur les sites d'e-commerce identifiés via HTTP Archive et pris en charge par le réseau mondial de Cloudflare.

En utilisant des données entièrement anonymes provenant de ces domaines,

référéncés via HTTP Archive, nous avons examiné les consultations de page quotidiennes et les interactions de paiement résultantes, ainsi que les cyberattaques et les autres menaces identifiées et atténuées sur le réseau pendant les journées d'achats les plus intenses de l'année.

Nous avons ensuite pu obtenir des informations sur les facteurs qui impactent le plus négativement les performances, ainsi que sur les stratégies de mitigation qui se

sont révélées efficaces pour les revendeurs présents sur notre réseau.

En associant nos conclusions à une enquête consacrée aux tendances réalisée par des sources tierces, nous avons pu apporter un contexte plus large à notre analyse. Les conclusions de cette enquête sont cinq bonnes pratiques permettant de maximiser le succès de l'e-commerce pendant la période des fêtes de fin d'année 2020 et au-delà.

À PROPOS DE CLOUDFLARE

Cloudflare est un leader dans le domaine de la sécurité, des performances et de la fiabilité, dont la mission est de contribuer à construire un meilleur Internet.

Plébiscitée par plus de 25 millions de propriétés Internet, notre plate-forme de Cloud intégrée aide les marques et les revendeurs à améliorer les performances de leurs propriétés web, tout en protégeant les données et les transactions des clients.

- Un réseau couvrant plus de 200 villes dans plus de 90 pays
- Accès en moins de 100 millisecondes pour 99 % de la population connectée à Internet dans le monde développé
- Une moyenne de 50 milliards de cybermenaces quotidiennes bloquées au quatrième trimestre 2019
- Capacité réseau totale de 35 Tb/s



BONNE PRATIQUE N°1

Maximisez l'expérience client, particulièrement pour les appareils mobiles



Selon PwC, pendant les fêtes de fin d'année, 54 % des acheteurs préfèrent la praticité des achats depuis leurs smartphones, leurs ordinateurs et même leurs assistants vocaux domestiques, tels qu'Alexa, au fait de se rendre dans un magasin.⁸

Pendant la période des fêtes de fin d'année 2019, les appareils mobiles représentaient près de la moitié des ventes en ligne. Le jour du Black Friday, 64 % des transactions de paiement ont été effectuées depuis un appareil mobile.⁹ D'ici 2021, jusqu'à 72,9 % des achats en ligne pourraient être effectués de cette manière.¹⁰

En résumé, les appareils mobiles sont devenus le principal moteur de croissance de l'e-commerce. Attention, toutefois : à mesure que les consommateurs (et les concurrents du secteur de la vente au détail) adoptent la technologie mobile, l'expérience client (CX) différenciera les gagnants des perdants dans le domaine de l'e-commerce. Voici quelques mesures pour tirer le meilleur parti du canal mobile.

Suite >>

► Moins de latence, plus de conversions

Pour les clients mobiles, le contenu visuel est la clé de voûte de l'expérience d'achat, comme sur un ordinateur. Des images de produits nettes, des rendus 3D, de belles vidéos de produits et de superbes fonctionnalités visuelles de commerce, telles que des simulations en réalité virtuelle et réalité augmentée, peuvent contribuer à stimuler l'intérêt et à renforcer la confiance en l'achat. Ces éléments peuvent également entraîner une augmentation de 60 % à 70 % de la valeur des paniers d'achats.¹¹ Toutefois, la latence peut également mettre un terme prématuré à la transaction.



Un certain nombre de facteurs peuvent réduire considérablement l'engagement des clients avec les contenus visuels et les fonctionnalités de commerce, notamment une latence trop importante ou d'autres problèmes de performance. Les revendeurs qui cherchent à maximiser les avantages des contenus visuels et des fonctionnalités de commerce doivent :

- ▶ Optimiser les contenus en fonction des types d'appareils et de la connectivité réseau, afin de limiter la dégradation des performances
- ▶ Éviter d'incorporer des fichiers vidéo bruts tels que les fichiers MP4 et MOV, qui augmentent les temps de chargement
- ▶ Tirer parti des réseaux de diffusion de contenus dotés de fonctionnalités avancées de compression et de mise en cache

“ Nous constatons une meilleure agilité, de meilleurs temps de réponse en termes d'assistance. De meilleures capacités opérationnelles... Le chargement de notre page d'accueil est plus rapide, le premier affichage est beaucoup plus rapide. ”

Karan Tewari Directeur, Ingénierie de plate-forme

falabella

(AFFICHER L'ÉTUDE DE CAS)

Suite >>

► Équilibrez les fonctionnalités dynamiques et les exigences de performance

Les pages web dynamiques et les fonctionnalités reposant sur l'IA permettant de présenter des contenus de page pertinents et des recommandations de produits prédictives contribuent de plus en plus fortement au succès des sites d'e-commerce. Elles améliorent non seulement l'expérience d'achat et permettent de générer des taux de conversion plus élevés, mais contribuent également à développer la fidélité envers les marques et à augmenter les valeurs vie client.



Les revendeurs qui déploient la personnalisation à l'échelle de leur site doivent également être conscients de son impact sur la performance des pages. Le chargement de pages nécessitant de nombreux scripts JavaScript ou des ressources de page dynamiques peut potentiellement demander plus de temps que celui d'une page comparable, avec des images statiques, sans personnalisation.

► Optimisez la rapidité et le référencement

Qu'il s'agisse de s'informer sur de nouveaux produits ou d'effectuer un achat mobile depuis un appareil mobile, la gratification instantanée est la règle du jeu. Cela signifie que les commerçants doivent permettre aux clients de trouver leurs produits aussi facilement que possible, grâce à la recherche organique.



L'indexation orientée mobile de Google évalue les performances de votre site web sur les appareils mobiles, ce qui détermine ensuite le classement de votre magasin dans les résultats de recherche, et même sur les ordinateurs de bureau. Pour améliorer

l'expérience client tout en préservant ou en améliorant les classements dans les résultats de recherche, nous recommandons aux revendeurs de prendre les mesures suivantes :

- Créer des sites réactifs, qui adaptent automatiquement les pages web et les images à la taille de l'écran
- Exécuter des tests de performance pour optimiser les vitesses de chargement des contenus visuels à l'aide d'outils en ligne aisément disponibles
- Tirer parti de Google AMP pour réduire les temps de chargement de pages et améliorer l'expérience mobile

“ La rapidité est un facteur essentiel du taux de conversion de clients ; l'un des principaux objectifs de notre équipe pour soutenir la croissance de l'entreprise est d'assurer que tous nos sites sont rapides et réactifs. Cloudflare nous a aidés à atteindre cet objectif et bien davantage. ”

Andy Dean Responsable des opérations techniques

ALLSAINTS

(VOIR L'ÉTUDE DE CAS)

BONNE PRATIQUE N°2

Consolidez votre site pour faire face aux pics d'affluence du Cyber Weekend

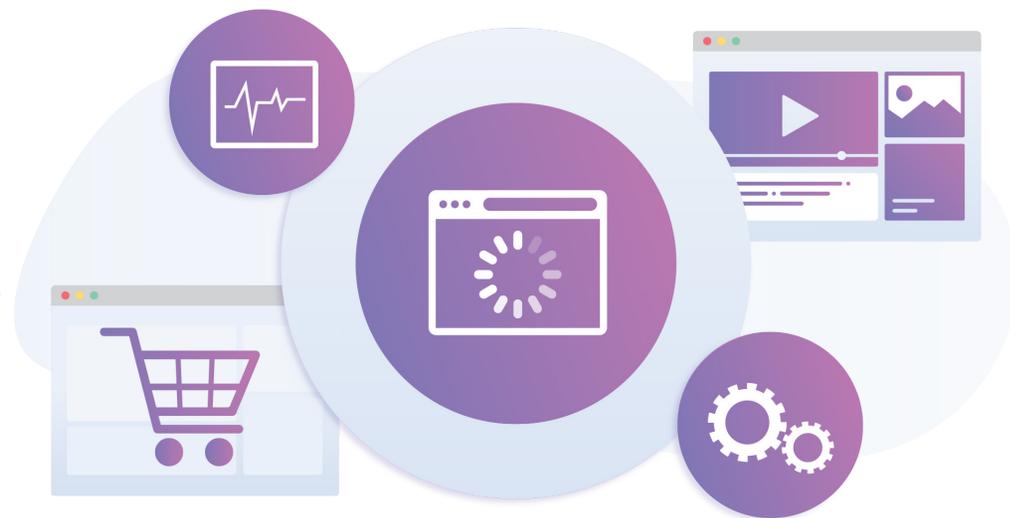
Le trafic des sites de vente au détail sur le réseau mondial de Cloudflare a augmenté de plus de 200 % pendant le Cyber Weekend, atteignant 21,5 millions de consultations de pages le jour du Black Friday, contre une moyenne de 11,3 millions de consultations de page quotidiennes plus tôt le même mois. Lors du Cyber Monday, le trafic s'est modérément atténué, avec 18 millions de consultations de page.

Selon les données de Cloudflare, les interactions de validation de commande lors du Black Friday ont augmenté de 12,2 % par rapport à l'année passée, tandis que les validations de commandes lors du Cyber Monday ont progressé de près de 6 %. Les interactions de validation de commande sont définies comme la vitesse à laquelle les utilisateurs ont cliqué pour accéder aux pages de validation de commande et aux paniers d'achats, afin de mesurer l'intention d'achat. Elles ne constituent pas un indicateur de la finalisation de ces transactions, ni de leur montant en dollars.

Décryptage des chiffres

Si l'on associe ces consultations de pages et ces interactions de validation de commande et les données de ventes publiées par le secteur de la vente au détail, des tendances intéressantes apparaissent. Le Black Friday a connu le plus grand nombre d'acheteurs en ligne qui, collectivement, ont dépensé 7,4 milliards de dollars¹⁵ ; le Cyber Monday a vu moins d'acheteurs en ligne, qui

ont toutefois dépensé 9,4 milliards de dollars¹⁶, soit 2 milliards de dollars de plus, malgré un nombre total de transactions moindre. Il semble que le Black Friday reste un événement commercial d'ampleur exceptionnelle en termes de volume, tandis que le Cyber Monday est plutôt dédié aux achats d'articles plus coûteux.



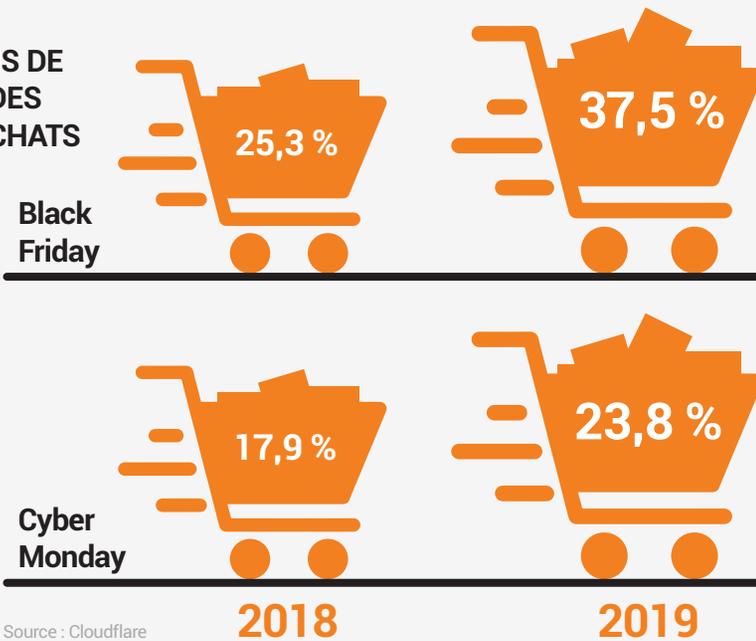
La défaillance d'un site est une opportunité pour d'autres sites

Ces richesses n'ont pas été partagées de manière égale. Selon les rapports, un certain nombre de revendeurs ont subi des incidents affectant leurs sites web, leurs sites mobiles et leurs applications, qui leur ont coûté des millions. En réalité, un grand revendeur a connu un incident ayant entraîné une période d'indisponibilité de 12 heures, qui a pu lui coûter 40 % de ses ventes numériques à l'occasion de Thanksgiving.¹⁷

Toutefois, de nombreux sites de vente au détail sont restés opérationnels et ont fonctionné sans incident tout au long de ce week-end crucial des fêtes de fin d'année. Voici quelques-unes des astuces intelligentes qu'utilisent les meilleurs revendeurs pour optimiser l'accessibilité et la disponibilité de leur plate-forme lors de ces événements commerciaux générant de fortes ventes.

Suite >>

INTERACTIONS DE VALIDATION DES PANIERS D'ACHATS



Source : Cloudflare

► Planifiez pour réussir, pas pour subir

Si les sites web ne sont pas en mesure de gérer l'augmentation du trafic et des volumes de transactions que génère traditionnellement le Cyber Weekend, les clients moins déterminés n'hésiteront pas à aller effectuer leurs achats ailleurs. Et cela reste le cas, même s'ils parviennent à accéder à votre site.

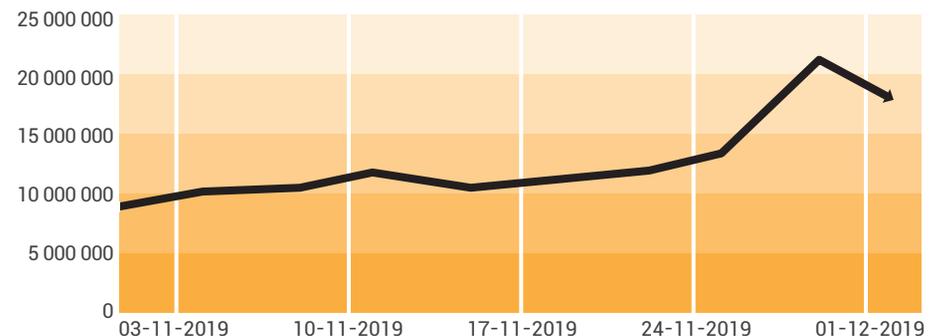


Pour éviter les périodes d'indisponibilité, les dommages financiers et l'atteinte à votre image qui en découle, planifiez à l'avance. Commencez par établir des prévisions de vos besoins de capacité en fonction de la croissance du trafic et des volumes de ventes au cours de chacune des trois à cinq années passées. Exécutez ensuite, sur vos systèmes internes et externes, des tests de charge à au moins 200 % de vos estimations de pics d'affluence.

Suite >>

CONSULTATIONS DE PAGE QUOTIDIENNES POUR LES REVENDEURS SUR LE RÉSEAU MONDIAL DE CLOUDFLARE, du 1er novembre au 1er décembre 2019

Source : Cloudflare



► **Renforcez votre infrastructure**

Une période d'indisponibilité ne signifie pas seulement que votre site web ou votre application est hors ligne. Elle peut également provoquer la disparition d'éléments de page, voire causer des difficultés ou des défaillances au moment de la validation de commande. À l'échelle mondiale, cela peut se traduire par une perte cumulée pouvant atteindre 4 000 milliards de dollars chaque année, tandis que les acheteurs renoncent aux transactions.¹⁸ L'expérience n'est alors pas particulièrement festive, pour le client comme pour le revendeur.



Que vous hébergiez des serveurs sur site ou

dans le Cloud, assurez-vous de pouvoir gérer vos charges de travail prévisionnelles. En cas de défaillance de votre site, vous devez également vous assurer que le trafic peut basculer vers un autre site. Votre hébergeur doit vous proposer des options de migration vers un site colocalisé en cas de sinistre ou de défaillance.

- Testez les performances d'applications tierces générant du trafic API vers votre site
- Utilisez la limitation de débit pour atténuer les pics de trafic, afin d'éviter toute surcharge de votre infrastructure
- Équilibrez la charge du trafic sur plusieurs sites en cas de défaillance d'un serveur
- Mettez en œuvre une surveillance de l'intégrité, afin d'éviter que le trafic soit dirigé vers un serveur en panne

Suite >>



“ Tous les ans, Black Friday est l'un des jours les plus importants pour nos revendeurs, et 2019 a été l'édition de tous les records. Grâce à l'assistance fournie par Cloudflare, nous avons pu gérer la demande et offrir des temps de réaction ultrarapides aux acheteurs du monde entier. ”

Charles Ng Directeur de l'ingénierie de production



(VOIR L'ÉTUDE DE CAS)

► Renforcez également la cybersécurité

Du Black Friday au Cyber Monday 2019, Cloudflare a atténué 189 millions de cybermenaces visant les revendeurs en ligne aux États-Unis seulement. En réalité, le nombre d'attaques aux États-Unis a éclipsé leur prévalence dans la plupart des



autres régions. L'Allemagne a été témoin du deuxième plus grand nombre d'attaques du monde, avec 118 millions de menaces atténuées. À titre de comparaison, en Grande-Bretagne, 27 millions de menaces ont été atténuées.

Comme le montrent les données, les grandes économies associées à d'importantes célébrations culturelles ou religieuses au mois de décembre ont subi la majeure partie des cybermenaces pendant le Cyber Weekend.

Dans les pages suivantes, nous examinerons certaines des modalités d'attaque les plus courantes, qui peuvent considérablement impacter la sécurité, les performances et la disponibilité d'un site. Nous présenterons également quelques stratégies essentielles pour les atténuer.

Plus de 189 millions

Cybermenaces contre les revendeurs en ligne américains

Du Black Friday au Cyber Monday 2019

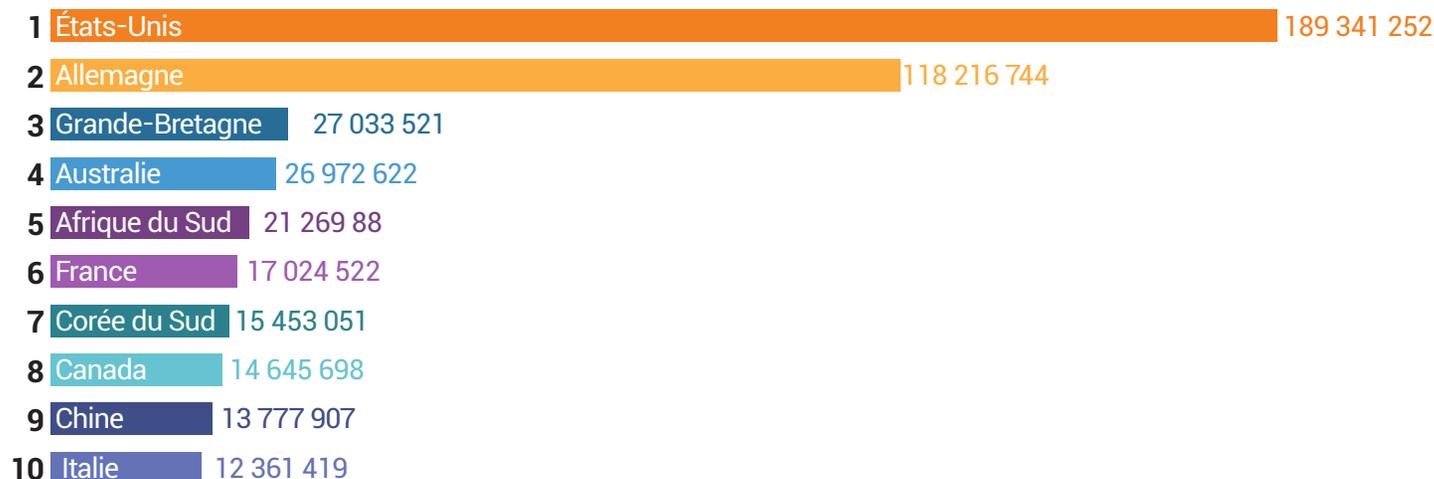
Plus de 442 millions

Cybermenaces contre les revendeurs en ligne dans les 10 premiers pays attaqués

Du Black Friday au Cyber Monday 2019

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS PAYS CONFRONTÉS À DES CYBERMENACES

Du Black Friday au Cyber Monday 2019
Source : Cloudflare



BONNE PRATIQUE N°3

Préparez vos défenses contre les attaques DDoS

Une protection efficace contre les sinistres doit inclure une préparation contre un déferlement d'attaques par déni de service distribué (DDoS), perpétrées par des acteurs malveillants cherchant à mettre vos serveurs d'hébergement hors ligne en les inondant de trafic provenant d'appareils et de réseaux compromis.

En 2019, le réseau mondial Cloudflare a détecté et bloqué 10 attaques DDoS de grande ampleur entre Black Friday et Cyber Monday.

La plus importante de ces attaques a atteint 1,27 To par seconde et a duré près de 48 minutes.

Que la finalité de ces attaques malveillantes soit la paralysie de vos conversions, le détournement d'acheteurs vers des concurrents, le rançonnement votre site, la dissimulation du vol de données de clients ou simplement une atteinte à votre marque, les acheteurs qui fréquentent vos sites pendant la période des fêtes de fin d'année ne manqueront pas de vous en tenir responsable. Les revendeurs qui cherchent à éviter ces scénarios doivent tenir compte des facteurs suivants lorsqu'ils préparent leurs premières lignes de défense.

10

Nombre d'attaques DDoS de grande ampleur dans le monde
Du Black Friday au Cyber Monday 2019

Source : Cloudflare

► Préparez-vous aux attaques portées par la 5G

Les vitesses plus élevées et la latence réduite de la 5G constituent une aubaine pour les revendeurs qui cherchent à inaugurer de nouveaux services et fonctionnalités sur leur site. Cependant, puisque la 5G encourage la prolifération d'un nombre croissant de gadgets connectés grand public, les cybercriminels, les concurrents sans scrupule, les hacktivistes et d'autres chercheront à exploiter les contrôles de sécurité défaillants, voire souvent inexistant, de nombreux nouveaux appareils connectés.



La quantité stupéfiante de trafic que les acteurs de menaces peuvent générer depuis des appareils compromis connectés aux réseaux 5G pourrait rapidement épuiser les ressources existantes des infrastructures d'un site, contraignant les équipes informatiques à en surprovisionner la capacité.²² Cette éventualité doit impérativement être prise en compte dans les prévisions de trafic pendant la période des fêtes de fin d'année.

Suite >>

De 823 Go à 1,27 To
Volume de trafic par seconde pendant
10 attaques DDoS mitigées sur le réseau
Cloudflare
Du Black Friday au Cyber Monday 2019
Source : Cloudflare

► Ne négligez pas les attaques de moindre ampleur

Selon des estimations sur l'ensemble de l'industrie, jusqu'à 33 % des cyberattaques perpétrées contre des revendeurs en ligne et mobiles emploient la technique du déni de service distribué (DDoS).²³



Souvent, ces attaques à bas débit lancées contre la couche application (L7) sont conçues précisément pour passer inaperçues et cibler une ou plusieurs passerelles de services et couches d'application, nécessitant ainsi moins de trafic global pour mettre votre site hors ligne.

Cependant, à l'heure où le secteur de l'e-commerce prend conscience des risques que comportent les attaques à très large bande passante, jusqu'à trois attaques DDoS sur quatre sont perpétrées avec un débit de 5 gigabits par seconde (Gb/s) ou moins.²⁴

► Évoluez vers la mitigation des attaques DDoS dans le Cloud

Une stratégie permettant de contrecarrer ces menaces consiste à augmenter les investissements dans votre infrastructure existante, afin d'absorber les charges de travail générées par les attaques DDoS.



Cependant, les revendeurs constateront probablement que les solutions DDoS traditionnelles sont tout simplement incapables de s'adapter à la complexité croissante des méthodologies d'attaque, et qu'elles sont rendues caduques par les attaques qui dépassent la capacité du réseau d'une organisation.

Voici une meilleure idée : déployez une solution de mitigation évolutive dans le Cloud pour neutraliser les menaces que constituent les attaques DDoS, quelle que soit leur ampleur ou leur sophistication. Pour que votre magasin

reste opérationnel et ne devienne pas la bête noire de vos clients, réfléchissez à des solutions qui :

- Provisionnent les services à la périphérie du réseau, pour une agilité maximale lors de la mitigation des différentes facettes de menaces rapidement changeantes
- Offrent une mitigation illimitée et non mesurée, afin que votre site résiste aux attaques DDoS, quelle que soit leur forme ou leur complexité
- Utilisent les renseignements concernant les menaces pour vous protéger contre les attaques les plus sophistiquées
- Offrent une intégration parfaitement fluide aux autres solutions de sécurité, de performance et de données analytiques, ainsi qu'à vos processus opérationnels existants

“ Cloudflare contribue à garantir le bon déroulement de nos activités en ligne. C'est la solution ultime pour garantir la sécurité et les performances de notre site. ”

Sam Wolf Fondateur et directeur général



(VOIR L'ÉTUDE DE CAS)

BONNE PRATIQUE N°4

Prévenez l'usurpation de comptes utilisateur par des bots

Le Cyber Weekend représente le pic de la saison des attaques par « Credential Stuffing » (utilisation en masse d'identifiants volés) pour les revendeurs en ligne. En 2019, les cybercriminels ont lancé un nombre record d'attaques de bots utilisant des identifiants de connexion dérobés pour usurper des comptes client et effectuer des achats illicites.

Pour certains revendeurs, les bots malveillants représentaient jusqu'à 97 % du trafic du site les jours précédant le Cyber Weekend.²⁵ Les jours du Black Friday et du Cyber Monday, deux tiers du trafic affluant sur les pages de connexion étaient des tentatives d'usurpation de comptes client perpétrées par des bots.²⁶

Il est facile de comprendre pourquoi. Selon eMarketer, les informations de cartes bancaires enregistrées dans les profils de clients généreront plus de 26 billions de dollars d'achats en ligne dans le monde en 2020.²⁷ Tandis que les atteintes à la protection des données de grande ampleur continuent de faire baisser le coût des identifiants de connexion volés, les revendeurs en ligne resteront la cible de prédilection des attaques de « Credential Stuffing » perpétrées par des bots cherchant à effectuer des achats illégaux. Cependant, il existe des solutions pour riposter.



► Déployez des vérifications par CAPTCHA

De plus en plus fréquemment, les attaques perpétrées par des bots pendant la période des fêtes de fin d'année sont également conçues pour faire main-basse sur ces « petits cadeaux sympas » très prisés que sont les chèques-cadeaux. Que ce soit par le biais d'usurpations de comptes ou de connexions de clients invités, les cybervoleurs utilisent les bots pour valider rapidement des numéros de chèques-cadeaux volés, puis les revendre sur le marché noir ou acheter frauduleusement des articles qu'ils peuvent ensuite revendre en ligne.

L'utilisation de vérifications par CAPTCHA lors de la connexion peut aider à prévenir les usurpations de compte basées perpétrées par des bots, ainsi que les connexions illicites de clients invités. Ces vérifications se présentent sous la forme de questions affichées sur des pages sur lesquelles on suspecte le trafic d'être généré par des bots, afin de déterminer si l'utilisateur est un humain ou un bot.



Suite >>

► Déployez la limitation de débit

La limitation de débit permet d'éviter l'extraction des contenus de sites. Il est peu probable



qu'un utilisateur légitime requière le contenu de plusieurs centaines de pages en quelques minutes ou secondes. Tout « utilisateur » faisant cela est en général un bot. En 2019, Cloudflare a utilisé la limitation de débit pour atténuer près de 6 % des attaques détectées perpétrées contre des revendeurs en ligne aux États-Unis, du Black Friday au Cyber Monday.

► Utilisez un service de gestion de bots

Pour minimiser l'impact que peuvent avoir les mesures de sécurité telles que les



vérifications par CAPTCHA sur l'expérience client, il est également judicieux de déployer un service de gestion de bots. Ces services dans le Cloud tirent parti de l'apprentissage automatisé avancé pour détecter les bots malveillants et bloquer leurs tentatives de connexion, sans grever la fluidité de l'expérience utilisateur. Pour obtenir de meilleurs résultats, il est préférable de rechercher des solutions qui :

- Ne se limitent pas à l'examen d'un grand nombre de tentatives d'accès à un instant donné
- Détectent et arrêtent les attaques de bots plus avancées, moins volumineuses et plus lentes, qui imitent plus fidèlement le comportement d'humains
- Tirent parti des réseaux de renseignements concernant les menaces pour permettre à tous d'identifier et de bloquer les attaques lancées contre un seul revendeur

Ces choix peuvent à eux seuls porter leurs fruits tout au long de l'année. Selon les chercheurs, les pertes subies par les revendeurs en ligne suite aux attaques de bots pourraient s'élever à 10 milliards de dollars en 2019, en raison de ventes manquées, d'heures de travail perdues ou de clients ayant fui un site suite à l'indisponibilité de certaines fonctionnalités.³²

Attendez-vous à ce que des revendeurs bien informés déploient des services de gestion de bots pour éviter ce type de pertes au cours de l'année à venir.

“ Je suis très optimiste quant à la capacité de Cloudflare à identifier les menaces. En raison du volume et de la diversité du trafic Internet que gère son réseau, l'entreprise est bien placée pour utiliser ces données pour détecter et atténuer les attaques DDoS et les attaques de bots malveillants les plus sophistiquées. ”

Aaron Suggs Directeur de l'ingénierie

Glossier.

(VOIR L'ÉTUDE DE CAS)

BONNE PRATIQUE N°5

Sécurisez votre magasin, vos clients et votre marque

Lors des préparatifs du Cyber Weekend, aucune checklist n'est complète sans l'évaluation de la sécurité du site web, des applications tierces et des services web tels que les API.

En plus de vous protéger contre les atteintes à la protection des données, parmi les autres vulnérabilités auxquelles vous devez vous préparer figurent les attaques Cross Site Scripting (XSS), qui permettent aux pirates d'usurper l'identité de clients ou de les duper pour qu'ils leur révèlent des informations personnelles. Ce type d'attaque inclut également les failles SQL Injection (SQLi), qui ciblent l'exécution des requêtes de recherche par les bases de données afin de manipuler les catalogues ou les prix des produits et, potentiellement, d'effectuer des achats frauduleux.

À l'approche de la période des fêtes de fin d'année 2019, les revendeurs en ligne aux États-Unis et au Royaume-Uni ont été victimes d'attaques de ce type, ainsi que d'autres formes d'attaques.

Au-delà des pertes financières immédiates, la fidélité envers la marque peut souvent être la première victime de ces incidents. Près d'un tiers (32 %) des clients affirment qu'ils cesseraient d'effectuer leurs achats chez un revendeur en ligne si leurs informations personnelles leurs étaient volées.³³

► Préparez-vous au combat

La nature intrinsèquement mondiale d'Internet expose les acheteurs à des attaques lancées depuis différents lieux, avec différents niveaux d'ampleur et de complexité.



Pour éliminer efficacement ces menaces, vous devez sécuriser votre magasin en ligne, les applications tierces et les services web tels que les API contre les vulnérabilités courantes, telles que les attaques SQLi et XSS, ainsi que les atteintes à la protection des données. Toute stratégie sérieuse doit inclure les éléments suivants.

Suite >>

8,7 % Pourcentage d'attaques lancées contre les revendeurs en ligne impliquant la technique Cross-Site Scripting (XSS)
-Total Retail³⁴

8,2 % Pourcentage d'attaques lancées contre les revendeurs en ligne impliquant la faille SQL Injection (SQLi)
-Total Retail³⁵

► Déployez un pare-feu d'applications web

La mitigation des attaques SQL Injection et Cross-Site Scripting ne comporte pas de difficulté particulière.



Toutefois, en raison des très nombreuses variables que comporte l'exploitation d'un site d'e-commerce performant, des erreurs peuvent toujours être commises et les pirates informatiques peuvent toujours élaborer de nouvelles attaques zero-day inventives pour exploiter ces vulnérabilités.³⁶

Par conséquent, un pare-feu d'applications web est essentiel pour protéger les opérations sur les canaux numériques. Les pare-feu d'applications web détectent et bloquent les attaques XSS et SQLi et sont indispensables, dans le cadre de la conformité PCI-DSS, pour protéger les données de paiement des clients et d'autres renseignements personnels. Ils filtrent également les codes malveillants et offrent une sécurité complète contre les logiciels malveillants et les tentatives de piratage sur les applications web intégrées.

► Chiffrez toutes vos données

Les revendeurs en ligne et mobiles conservent des informations très confidentielles sur les utilisateurs,



notamment les enregistrements de leurs données de carte bancaire et d'autres renseignements personnels, ce qui fait d'eux des cibles privilégiées pour les pirates informatiques. Pour garantir la sécurité de ces informations, l'ensemble des données échangées ou diffusées par l'intermédiaire de votre site doit être chiffré avec la dernière norme de chiffrement TLS 1.3.

TLS 1.3 renforce non seulement la sécurité de vos connexions chiffrées, mais réduit également la latence et optimise les performances. Ces critères sont importants pour les revendeurs, pour qui chaque milliseconde de retard sur leurs concurrents peut entraîner des pertes atteignant 4 millions de dollars par an.³⁷



Comment Cloudflare peut contribuer à faciliter l'e-commerce pendant la période des fêtes

Les défis que comporte la préparation de votre site d'e-commerce pour garantir votre succès pendant le Cyber Weekend peuvent sembler intimidants. Toutefois, Cloudflare est là pour vous aider.

Plébiscitée par plus de 25 millions de propriétés Internet, notre plate-forme de Cloud intégrée aide les marques et les revendeurs à améliorer les performances de leurs propriétés web, tout en protégeant les données et les transactions des clients, pendant la période des fêtes de fin d'année et tout au long de l'année. Nos services et solutions peuvent aider les revendeurs en ligne et mobiles :

À améliorer l'expérience client pour générer plus de conversions

- CDN
- Routage intelligent Argo
- Redimensionnement et optimisation d'images
- Streaming vidéo
- Accélération des contenus web
- Prise en charge des pages AMP

À garantir l'accessibilité et la disponibilité de votre magasin

- Équilibrage de charge
- DNS géré
- Mitigation des attaques DDoS
- Segment principal virtuel
- Limitation de débit

À sécuriser les données de clients et les transactions

- Gestion de bots
- Pare-feu d'applications web
- TLS 1.3

Tirez parti de l'intelligence en réseau reposant sur l'apprentissage automatisé

Avec Cloudflare, une attaque au Bangladesh renforce votre sécurité à Paris. Un câble sous-marin est coupé ? Vos clients sont automatiquement redirigés, sans que votre activité soit perturbée. Le réseau mondial Cloudflare analyse le trafic destiné à plus de 25 millions de propriétés Internet dans le monde, couvrant plus d'un milliard d'adresses IP uniques par jour, afin de préserver la disponibilité et le bon fonctionnement de votre site d'e-commerce.

“ Cloudflare nous aide à rester présents en ligne, offre une expérience de navigation rapide à nos utilisateurs finaux et protège leurs informations confidentielles. ”

Steven Ou Fondateur et directeur technique

TOUCH OF MODERN

(VOIR L'ÉTUDE DE CAS)

Préparez-vous dès maintenant pour le Cyber Weekend – cela ne demande que 5 minutes

Découvrez à quel point il est facile de rejoindre la révolution Cloudflare, et préparez-vous pour les prochaines soldes événementielles ou la période des fêtes de fin d'année en 5 minutes seulement.

cloudflare.com/ecommerce

Notes de bas de page

- ¹ [Adobe Digital Insights. « 2019 Holiday Shopping Trends ». 1er nov. 2019 au 31 déc. 31 2019.](#)
- ² [Levy, Nat. « Holiday e-commerce spending already hitting records as Amazon and others gear up for peak shopping season ». GeekWire, 29 nov. 2019.](#)
- ³ [Perez, Sarah et Lunden, Ingrid. « Cyber Monday totaled \\$9.4 billion in online sales, smartphones accounted for a record \\$3 Billion ». Techcrunch, 3 déc. 2019.](#)
- ⁴ [Pham, Sherisse. « Singles Day sales for Alibaba top \\$38 billion, breaking last year's record ». CNN, 12 nov. 2019.](#)
- ⁵ [Groenfeldt, Tom. « Credit Card Fraud is Down, But Account Fraud That Directly Hurts Consumers Remains High ». Forbes, 18 mars 2019.](#)
- ⁶ [Nilson Report. « Payment Card Fraud Losses Reach \\$27.85 billion ». 21 nov. 2019.](#)
- ⁷ [Lerner, Dov. « The Holidays Are a Prime Time for Cybercrime ». Total Retail, 15 nov. 2019.](#)
- ⁸ [PwC. 2019 Holiday Outlook.](#)
- ⁹ [LexisNexis Risk Solutions. « Bots on Mobile Devices Fuel Holiday Shopping Cyberattacks ». 16 déc. 2019.](#)
- ¹⁰ [Statistica. « Global Mobile Retail Commerce Sales Share 2016-2021, ». 7 oct. 2019.](#)
- ¹¹ [PYMNTS.com. « Look at the Pretty Pictures: Behind Visual Commerce's Rise ». 12 nov. 2019.](#)
- ¹² [Yahoo! Finance. « Personalization Drives 5X Conversion Rates During Black Friday and Cyber Monday ». 9 déc. 2019.](#)
- ¹³ [Kapur, Ajay. « Site speed is the new competitive battleground in ecommerce ». DigitalCommerce360, 16 avr. 2019.](#)
- ¹⁴ [Think With Google. « The 3 areas brands should invest in to improve consumer experiences on mobile ». 28 août 2017.](#)
- ¹⁵ [Liao, Shannon. « Black Friday pulls in a record \\$7.4 billion in online sales as many turn to mobile orders ». CNN Business, 1er déc. 2019.](#)
- ¹⁶ [Lucas, Amelia. « Cyber Monday online sales hit record \\$9.4 billion, boosted by late-night spending spree, Adobe says ». CNBC, 3 déc. 2019.](#)
- ¹⁷ [Crets, Stephanie. « Site glitches and downtime plague retailers during Cyber 5 ». DigitalCommerce360, 4 déc. 2019.](#)
- ¹⁸ [Pioryshkina, Kate. « 5 Steps to Creating the Perfect Mobile Checkout, ». Destination CRM, 18 sept. 2019.](#)
- ¹⁹ [Taylor, Glenn. « Costco Thanksgiving Day Site Outages Cost an Estimated \\$11 Million ». Retail TouchPoints, 2 déc. 2019.](#)
- ²⁰ [Taylor, Glenn. « Costco Thanksgiving Day Site Outages Cost an Estimated \\$11 Million ». Retail TouchPoints, 2 déc. 2019.](#)
- ²¹ [Solanki, Ricky. « Why a slow website is killing your conversions ». The Drum, 28 août 2019.](#)
- ²² [HelpNetSecurity. « Most decision makers expect 5G to impact their cybersecurity strategy ». 29 oct. 2019](#)
- ²³ [Reynolds, Roy. « DDoS Attacks on Retailers are Getting Sneaky— it's Time to Rethink Your Denial of Service Protection ». Premier Construction News, oct. 2019.](#)
- ²⁴ [Reynolds, Roy. « DDoS Attacks on Retailers are Getting Sneaky— it's Time to Rethink Your Denial of Service Protection ». Premier Construction News, oct. 2019](#)
- ²⁵ [Popken, Ben. « 'Grinch bots' are here to ruin your holiday shopping ». NBC News, 30 nov. 2019.](#)
- ²⁶ [Thatha Pavan. « Nearly Two-Thirds of Traffic Was Bad Bots on Login Pages of E-Commerce Firms this Holiday Season ». Retail IT Insights, 16 déc. 2019.](#)
- ²⁷ [Lipsman, Andrew. « Global Ecommerce 2019 », EMarketer, 27 juin 2019.](#)
- ²⁸ [Thatha, Pavan. « Nearly Two-Thirds of Holiday E-Commerce Traffic Was Bad Bots ». Security Boulevard, 17 déc. 2019.](#)
- ²⁹ [PYMNTS.com. « 'Grinch Bots' Ramp Up Cybercrime During Holidays ». 2 déc. 2019.](#)
- ³⁰ [Popken, Ben. « 'Grinch bots' are here to ruin your holiday shopping ». NBC News, 30 nov. 2019.](#)
- ³¹ [Groenfeldt, Tom. « Credit Card Fraud is Down, But account Fraud That Directly Hurts Consumers Remains High ». Forbes, 18 mars 2019.](#)
- ³² [Wodinsky, Shoshana. « Bots Will Cost Ecommerce Sites \\$10 Billion in 2019 ». Adweek, 26 nov. 2019.](#)
- ³³ [Keenan, Joe. « Macy's Suffers Online Magecart Card-Skimming Attack, Data Breach ». My Total Retail, 19 nov. 2019.](#)
- ³⁴ [Lackey, Zane. « It's the Most Wonderful Time of the Year ... for Hackers ». Total Retail, 9 déc. 2019.](#)
- ³⁵ [Lackey, Zane. « It's the Most Wonderful Time of the Year ... for Hackers ». Total Retail, 9 déc. 2019.](#)
- ³⁶ [Porup, J.M. « What is Cross-Site Scripting \(XSS\)? Low-Hanging Fruit for Both Attackers and Defenders ». CSO, 19 avril 2018.](#)
- ³⁷ [Einav, Yoav. « Amazon Found Every 100ms of Latency Cost Them 1% of Sales », 20 jan. 2019.](#)
- ³⁸ [Lackey, Zane. « It's the Most Wonderful Time of the Year ... for Hackers, ». Total Retail, 9 déc. 2019.](#)
- ³⁹ [Ponemon Institute. « 2019 Cost of a Data Breach Report ».](#)