# DESIGN DU FUTUR SITE DU LABEL HEARTBEAT MUSIC

Table des matières

[DESIGN DU FUTUR SITE DU LABEL HEARTBEAT MUSIC 1](#_Toc188527530)

[OBJECTIFS PEDAGOGIQUES 1](#_Toc188527531)

[CONTEXTE 2](#_Toc188527532)

[CRITERES D’EVALUATIONS 2](#_Toc188527533)

[FICHIERS FOURNIS 4](#_Toc188527534)

[CAHIER DES CHARGES 4](#_Toc188527535)

[SCENARIO POUR LE PROTOTYPE DYNAMIQUE 5](#_Toc188527536)

# OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

* Être capable de comprendre les enjeux liés à l’accessibilité
* Être capable de saisir les spécificités inhérentes à la mobilité
* Être capable de maintenir son site accessible grâce à la mise en place de bonnes pratiques
* Être capable d’utilise des logiciels de création graphique et d’UX/UI
* Être capable de créer et modifier des éléments graphiques
* Être capable de respecter des contraintes graphiques
* Être capable de comprendre les règles ergonomiques issues de l’UX en respectant les bonnes pratiques
* Être capable de comprendre les spécificités du projet et de ses usages en terme d’interface
* Être capable de matérialiser l’interface d’une application en réalisant son maquettage ou wireframe
* Être capable de formaliser l’enchaînement des écrans associés

# CONTEXTE

Vous êtes un webdesigner et avez signé un contrat de prestation avec le nouveau label de musique Heartbeat Music. Ces derniers veulent développer une application web dans la ligné de Deezer et Spotify pour promouvoir leurs artistes. Pour cela, et avant la phase de développement, les deux directeurs vous demandent d’en concevoir le design.

Ils vous fournissent le cahier des charges, ainsi que les déclinaisons de leur logo.

En retour, ils attendent de vous qu’à la fin de la journée vous leur fournissiez :

* L’Arborescence du site
* Le Wireframe du site
* Le Prototype dynamique du scénario qu’ils vous demanderont de tester
* Le Style Tile pour l’équipe de développement
* Le Mockup pour l’équipe de développement
* Un document où vous défendrez vos choix de design

# CRITERES D’EVALUATIONS

|  |  |
| --- | --- |
| L'Arborescence est correctement structuré. | 2 |
| Le Zoning ne fait pas apparaître d'élément de contenu, de boutton ou de lien. | 2 |
| Le Wireframe ne fait apparaître aucune couleur. | 2 |
| Le Wireframe n'utilise que des placeholder pour les images. | 2 |
| Le Wireframe n'utilise aucune police de caractère particulière pour le texte. | 2 |
| Le Prototype dynamique permet d'aller au bout du scénario demandé. | 3 |
| Le Prototype dynamique gère les cas d'erreurs. | 3 |
| Le Prototype dynamique informe l'utilisateur sur les erreurs. | 3 |
| L'enchaînement des écrans est cohérent. | 3 |
| Le Style Tile est complet : Police de Caractère, Exemple de texte, Liens, Couleur, Logo, Icône / Image / Photo de contenu, Bouttons, Texture, … | 3 |
| Le Style Tile montre le nom des Polices de Caractères utilisées. | 3 |
| Le Style Tile montre le code des Couleurs utilisés. | 3 |
| Le Mockup est cohérent avec le Wireframe et le Prototype Dynamique. | 3 |
| Le Mockup reprend bien les intentions grahiques du Style Tile. | 4 |
| Les maquettes sont réalisées en Mobil First, en respectant les breakpoints courants (une version Desktop est présente). | 4 |

|  |  |
| --- | --- |
| Le principe de proximité est respecté (groupement logique des éléments). | 3 |
| La mise en page respecte les principes d'alignement, d'espacement et de dimensionnement. | 3 |
| Le nombre de lien au sein d'un menu de navigation ou d'un sous-menu est raisonnable (moyenne de 7). | 3 |
| Le nombre d'article / choix / option présent sur une même page est raisonnable. | 3 |
| Un élément mis en avant au sein d'une page se distingue bien des autres éléments l'entourant. | 3 |
| Les éléments ayant le même rôle / comportement se ressemblent. | 3 |
| Les éléments d'interaction / navigation importants sont facilement accessibles. | 3 |
| La hiérarchie visuelles est pertinente. | 3 |
| Le site est explicite quant à son utilisation. | 3 |
| La mise en page et le design sont cohérents entre les différentes pages. | 3 |
| Les conventions et habitudes des internautes sont conservé. | 3 |
| Le site donne suffisamment d'information à l'utilisateur (textuelle, visuelle, feedback, …). | 4 |
| Le langage et les symboles sont cohérents, compréhensibles et sans ambiguïté. | 4 |
| Des tests d'accessibilités ont été fait pour la lisibilité du texte. | 3 |
| Des tests d'accessibilités ont été fait pour les problèmes de daltonisme. | 4 |
| Différentes Polices de caractère sont utilisées, et en nombre limité (max 3). | 3 |
| Les règles d'harmonies colorées sont respectés (type de contraste, équilibre des couleurs). | 3 |
| Les choix graphiques sont correctement argumentés, en prenant en compte leur signification / symbolisme / langage, ainsi que les demandes du client et sa charte graphique. | 4 |
| **TOTAL** | 100 |

# FICHIERS FOURNIS

* Déclinaisons du logo Heartbeat Music

# CAHIER DES CHARGES

**OBJECTIFS**

Le site Heartbeat Music a pour but de promouvoir les artistes du label. Pour cela, plusieurs choses seront mises en place :

* L’actualité musical du label et des artistes
* L’écoute des morceaux de musique à l’aide d’un système d’abonnement
* La vente de merchandising (paiement par carte bancaire ou par paypal)

**A PROPOS DE NOUS**

Heartbeat Music est un label très jeune. Il a été fondé il y a 6 mois par deux passionnés de musique : Johan PREACHER et Sylvia CHUNG. Nous nous situons à Toulouse, au 3 Rue des Arts, proche des quartiers des Carmes et d’Esquirol.

Avec ce label, nous voulons offrir une porte d’entrée aux artistes qui ont été rejetés par des labels et des majors plus importants, et de leur apporter un soutien financier et logistique pour qu’ils puissent développer leur art sans avoir à se soucier des tracas de la vie quotidienne.

Pour cela, les droits d’auteurs de nos artistes sont au-delà des standards de l’industrie musical, et une part des bénéfices du label alimente une cagnotte commune, à l’image d’une assurance, permettant de venir en aide aux artistes en difficulté.

Concernant les styles musicaux que nous produisons, nous ne nous fermons aucune porte. En effet, nous pensons que le plus important est le ressenti, que les artistes parlent au cœur des gens, avec sincérité. C’est pourquoi les visiteurs pourront y retrouver tout à la fois du jazz, du blues, du rock, du rap, ou même du metal.

En ce sens, nous souhaitons que le design puisse être fédérateur, chaleureux, et montrer une forme de sensibilité émotionnelle.

**NOTRE CIBLE**

Notre cible, quant à elle, concerne en majorité les 21 à 45 ans. Le prix de notre abonnement étant très abordable ( 5.50 euros par mois ), nos fans sont issus de toute classe social. Cependant, ils ont en commun d’être plutôt à l’aise avec les outils numériques, et écoutent souvent de la musique lors de leur déplacement.

**NOS CONCURRENTS**

Nos concurrents ont pour eux d’être particulièrement bien implanté dans le paysage du streaming musical.

Nous pouvons citer **Spotify**, **Apple Music**, **Deezer**, **Amazon music**. Cependant, nous devons avoués avoir été inspirés par **Obispo All Access.** Nous trouvons admirable qu’un artiste français tente de lancer sa plateforme pour promouvoir ses propres créations.

**FORCES ET FAIBLESSES**

La force de notre projet se trouve dans l’accessibilité de son abonnement. De plus, notre communauté de fan se consolide de jour en jour en adhérant aux valeurs que nous défendons : un art pour tous, sincère, qui parle au cœur des gens, qui ne se préoccupe pas des histoires de rentabilités (aucun actionnaire à satisfaire), et des conditions favorables envers tous les artistes quelques soit leur notoriété.

Cependant, du côté de nos faiblesses, nous ne sommes pas une très grande structure. Nos moyens sont pour l’instant limités (mais nous compensons avec des idées et de l’ingéniosités), et la jeunesse de notre label fait que nous produisons qu’une quinzaine d’artistes.

# BONUS - SCENARIO POUR LE PROTOTYPE DYNAMIQUE

Pour le prototype dynamique, nous souhaitons tester l’achat du merchandising par un visiteur.

Pour cela, le visiteur n’a pas besoin d’être connecté, ni d’avoir de compte. On testera alors l’achat par un visiteur sans compte.

**SCENARIO**

Le visiteur arrive sur la page d’accueil. Il souhaite aller à la page boutique du site, pour ajouter un t-shirt à son panier. Puis, il passe la commande depuis son panier.

Lors des étapes, il doit renseigner son adresse de livraison qui sera la même que l’adresse de facturation. Des frais de ports sont alors ajoutés au montant à payer.

Le visiteur choisira le paiement par carte, qu’il devra renseigner.

Si tout est bon, un écran de validation s’affiche en remerciant le visiteur pour son achat.