



# Atelier webdesign Baniera

Equipe 10 : Maud Gautier, Juan Restrepo Torres

# Baniera

## Rappel du brief :

Cette année, le spécialiste français de la vente d'équipements de salle de bain, [MaSalleDeBain.com](https://www.MaSalleDeBain.com) fait peau neuve et procède à la refonte de son site web ainsi que de son identité de marque. L'entreprise fondée en 1974 change ainsi de nom et devient **Baniera**.

## Audit de MaSalleDeBain.Com :

### Points forts :

- Le site est assez épuré au niveau des différentes couleurs
- Bon choix de logos
- Les informations essentielles sont présentes pour chaque produit.

### Points faibles :

- Manque de hiérarchisation entre les différentes sections de la page d'accueil. Les titres ne sont pas assez mis en avant par rapport aux contenus proposés au-dessous.
- Trop d'éléments dans le header : il faut regrouper les différentes catégories.
- Deux barres de navigations sur la page d'accueil : Une dans le header, puis une autre au-dessus de la barre de flottaison sur la page d'accueil du site avec des logos.
- Tunnel d'achats : trop d'informations sur la page pour régler les items (Données/ Livraison/ Moyen de paiement).

# Audit du marché



L'intérêt des particuliers pour la rénovation/construction de leur salle de bain est en nette augmentation : il s'agit d'une succession de choix importants qu'ils considèrent comme étant au centre de leur bien être.

De ce fait la prise de décision des particuliers est beaucoup plus aisée en vente physique qu'en ligne car on peut facilement s'y projeter, il faut donc redoubler d'efforts sur un site pour offrir une expérience se rapprochant le plus possible de l'immersion présente en vente physique, ou mettre en avant des arguments différenciants de taille pour se démarquer de la concurrence.

Dans ce contexte, il faut se démarquer pour trouver la spécificité de sa plateforme en ligne.

## Mano Mano :

- **Mis en avant** : Conseils d'expert, variété des produits proposés, inspirations de « bricolage » : DIY ; « *Manodvisor* » propose aux clients de conseiller les autres contre rémunération.
- **Ergonomie** : Le site est plutôt bien construit, il n'y a que quelques améliorations à faire (modernisation).

## Le monde du bain :

- **Mis en avant** : Les statistiques sont mises en avant, les classements des sites de e-commerce ; des équipements de SDB haut de gamme très design.
- **Ergonomie** : Barre « d'avis » apparente en bas de page. Site plus design que celui de ses concurrents : correspond totalement à l'image qu'il veut donner et aux produits qu'il propose.



# INTERVIEWS UTILISATEURS

---

# Profils d'utilisateurs rencontrés



## Rappel de la cible

- Cœur de cible : particuliers : H/F, 25 à 70 ans, toute CSP, ayant un projet d'emménagement ou de rénovation intérieure
- Cible secondaire : entreprises : artisans et installateurs travaillant pour le compte de particuliers à la réalisation de leur projet

## Interviewés

Pour mener à bien ce travail préparatoire, nous avons tenté de rencontrer des utilisateurs correspondant directement à notre cœur de cible ainsi qu'à notre cible secondaire. Nous nous sommes aussi bien adressés à des hommes qu'à des femmes qui avaient tous pour projet de rénover ou de s'installer dans une nouvelle maison.

Nous nous sommes ainsi adressés à quatre particuliers :

**2 hommes et 2 femmes, âgés de 25 ans à 61 ans.**

Ainsi qu'à deux artisans :

**2 hommes, âgés de 42 et 57 ans.**

# Protocole d'interview



Nous avons commencé chaque interview par une série de questions très simple :

*Nom, Prénom, Âge, Métier, Situation familiale, Projets...*

Nous avons par la suite suivi un protocole d'interview en cinq questions, portant sur les habitudes de l'utilisateur lorsqu'il consulte des sites d'e-commerce. Pour chaque interview nous avons demandé à l'utilisateur de se rendre sur le site de MaSalleDeBain.com pour pouvoir effectuer un court test utilisateur et avoir un avis précis sur l'ensemble du site.

1. *À quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ?*
2. *Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ?*
3. *Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ?*
4. *Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ?*
5. *Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](https://www.masalledesbain.com) ? Est-ce que vous vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ?*

# Interviews utilisateurs



Chantal Girard - 61 ans - Infirmière - Mariée  
Coeur de cible - (Projet de rénovation d'une maison)

1. **A quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ?**  
Depuis que j'ai un projet de rénovation, sinon je ne les consulte pas si souvent.
2. **Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ?**  
D'abord je vais sur Pinterest pour trouver des idées, voir les couleurs ou les matériaux qui vont ensemble. Puis je tape des mots-clés et je fais le tour des premiers résultats sur Google.
3. **Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ?**  
Je veux avoir accès facilement aux différents modèles qu'ils vendent. L'idéal c'est de cliquer sur un type de meubles par exemple et d'avoir la liste de leurs modèles avec des images de qualités, puis les prix, la disponibilité...

4. **Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ?**  
Quand il y a trop de choix, trop d'informations, je ne vais pas savoir quoi choisir. Ce qui peut me freiner aussi, c'est d'avoir juste une image d'un meuble sur un fond blanc et qu'il ne soit pas « mis en scène ». J'aurai du mal à me projeter.
5. **Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](https://www.masalledesbain.com) ? Est-ce que vous vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ?**  
Ce n'est pas assez aéré. Il y a un manque de cohérence et d'homogénéité entre tous les produits qu'ils proposent. Sur les photos, les fonds peuvent être blanc, gris, beige....Il y a trop de descriptions sous chaque photos et certains produits sont mis en valeurs et pas d'autres. Peut-être que si je sais quel produit je veux, que je connais le modèle, je l'achèterai, mais si je suis en recherche et que je ne sais pas ce que je veux je n'irai pas sur ce site.

# Interviews utilisateurs



1. A quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ? Dans le cadre de mon activité professionnelle j'y vais très régulièrement.
2. Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ? En général je me rends sur les premiers résultats Google, ou alors je vais sur des sites que je connais déjà comme Leroy Merlin, Castorama etc.
3. Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ? Les différents modèles et les prix. Je ne veux pas avoir à chercher un produit trop longtemps. Il faut que la page soit claire, sinon j'y passe trop de temps.

Eric Sourimant - 56 ans - Directeur de camping  
En couple - Coeur de cible (Projet de construction d'une maison)

4. Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ? Quand le site est trop "fouilli", que les informations ne sont pas bien hiérarchisées. Je m'y perds et j'ai tendance à aller sur un autre site d'e-commerce.
5. Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](https://www.masalledesbain.com) ? Est-ce que vous vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ? Je trouve ça pas mal. Le site est rapide, il y a toutes les informations dont j'ai besoin. Je me verrais bien effectuer un achat dessus. En revanche la page d'accueil n'est pas claire. On dirait qu'ils ont voulu mettre toutes les informations du site sur une seule page. Je trouve aussi que ça manque de photos concrètes de salles de bains où on peut retrouver leurs différents produits.



# Interviews utilisateurs



David Gautier - 34 ans - Ingénieur

En couple - Coeur de cible (Projet de construction d'une maison)

1. **A quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ?**  
Dans le cadre de mon projet de construction, sinon quasiment jamais..

2. **Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ?**  
Je sélectionne constamment les premiers résultats sur Google et je choisis celui qui me plaît le plus.

3. **Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ?**  
Le plus important pour moi c'est d'avoir les prix des produits, mais aussi leur disponibilité et les frais de livraisons. Notamment quand il s'agit de gros produits comme des meubles de maison.

4. **Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ?**  
Lorsqu'ils manquent certaines informations je préfère changer de site, plutôt que de passer trop de temps à chercher. Ce qui peut me freiner aussi c'est la rapidité de chargement, si un site est trop lent et qu'il y a un manque de fluidité lorsque l'on navigue dessus je n'y reste pas.

5. **Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](https://www.MaSalleDeBain.com) ? Est-ce que vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ?**  
Je le trouve assez simple et efficace si on sait ce que l'on cherche. Sinon, c'est assez chargé. Mais personnellement, oui je me verrais effectuer un achat sur ce site.

# Interviews utilisateurs



1. **A quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ?**  
Dans le cadre de mon projet de rénovation, sinon les consultations sont assez espacés.
2. **Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ?**  
Etre sûr que c'est pas une arnaque (légit), les prix si c'est pas trop cher, l'apparence du site et son accessibilité. Ensuite ce sont les premiers sites (référencement).
3. **Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ?**  
Les informations sur les produits, fonctionnalité de "triage" ou de filtres, disponibilité des produits mise en avant. Sélections ciblées de produits pour gagner du temps et faire rapidement un choix.

Prune Martinez - 25 ans - Libraire  
Célibataire - Coeur de cible (Projet de rénovation)

4. **Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ?**  
Trop d'informations qui me perdent sur le site, je persiste un peu et sinon je finis par aller voir sur un autre site. Mieux vaut une bonne organisation et une apparence épurée.
5. **Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](https://www.MaSalleDeBain.com) ? Est-ce que vous vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ?**  
Le site est propre, les produits vendus ont l'air bien détaillés et bien triés. Les services proposés par le site sont bien mis en avant sur les pages produits, c'est intéressant. Tout comme le "chat" en bas de page qui permet de nous aider si cela est nécessaire. Je m'y verrais faire un achat. La section "à propos" du site n'est peut-être pas à sa place (en bas de page) et n'est pas accessible par un onglet, elle pourrait être retirée et mise sur une page annexe pour faire gagner de la place.

# Interviews utilisateurs



1. A quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ?  
De par mon travail, je m'y rends très régulièrement.
2. Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ?  
La plupart du temps je me fie au référencement et je vais aller sur des sites qui sont vraiment spécialisés pour les artisans comme [Manomano](#) par exemple.
3. Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ?  
Je veux toujours qu'il y ait un numéro de téléphone accessible, qu'il y ait une page contact où on puisse facilement contacter quelqu'un en cas de besoin.

Michel Saintoyant - 42 ans - Artisan plombier -  
Célibataire - Cible secondaire

4. Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ?  
J'ai besoin de connaître le délai d'attente, ainsi que la disponibilité du produit. Étant donné que je travaille depuis la Corse s'il n'y a pas assez d'informations sur la dispo ou le temps de livraison d'un produit je ne commanderais rien sur le site.
5. Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](#) ? Est-ce que vous vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ?  
Je le trouve plus clair que d'autres sites comme Leroy Merlin par exemple, j'aime bien leur présentation, c'est très détaillé. Par contre, il y a un peu trop de choix et certaines informations ne sont pas assez mises en avant selon moi.

# Interviews utilisateurs



1. **A quelle fréquence est-ce que vous vous rendez sur des sites de ventes de salles de bain ou de meubles ?**  
Je consulte assez régulièrement ces sites dans le cadre de mon activité.
2. **Comment est-ce que vous sélectionnez les sites de e-commerce sur lesquels vous effectuez vos recherches ?**  
Je suis déjà habitué à aller sur place, je me dirige vers les sites internet respectifs. Ceux qui disposent des marques les plus renommés et qualitatives. Parfois je les sélectionne en fonction de mes besoins quand ils sont bien particuliers.
3. **Quels sont les critères que vous souhaitez voir apparaître en premier quand vous effectuez un achat sur un site de e-commerce ?**  
Service clients / contacts. Le délai de livraison est un critère important, tout comme la disponibilité des produits.

Jair Torres - 57 ans - Artisan peintre  
En couple - Cible secondaire

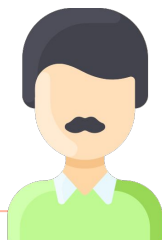
4. **Qu'est-ce qui peut vous freiner lorsque vous naviguez sur un site de e-commerce ?**  
Quand la navigation est compliquée parce que le site est trop chargé, qu'il n'y a pas de barre de navigation claire et concise. Quand les informations essentielles pour un artisan ne sont pas disponibles. Je finis par me tourner vers la concurrence si le site met trop de temps à charger ou si les produits sont indisponibles.
5. **Que pensez-vous du site [MaSalleDeBain.com](https://www.MaSalleDeBain.com) ? Est-ce que vous vous verriez effectuer un achat en ligne sur ce site ?**  
Le site est bien construit, il est ciblé et je pourrais y faire un achat. Il est bien détaillé, même si c'est trop parfois.



# PERSONA



# Persona



**Christophe Dourdan**

50 ans

Artisan plombier

*Cible secondaire*

## PRÉSENTATION

En tant qu'artisan, Christophe Dourdan utilise régulièrement les sites de e-commerce concernant les fournitures de BTP, ainsi que les fournitures de salle de bain. Il les consulte à chaque fois qu'il a un nouveau contrat : la fréquence de consultation de ces sites dépend donc du contrat en question.

## OBJECTIF

Il possède déjà les connaissances nécessaires sur les produits qu'il recherche, par son expérience professionnelle. Néanmoins, il lui arrive parfois de consulter ces sites dans le but d'y faire des recherches non ciblées : dans ce cas il souhaite que ce soit bien organisé et adapté à un milieu professionnel.

## MOTIVATION

Il accorde de l'importance à :

- La disponibilité des produits et leur délai de livraison
- Le tarif des produits : rapport qualité/prix
- Une fonctionnalité de « triage » des produits

## SENSIBILITÉ

## FREINS

Un manque d'information sur les produits (disponibilité/délais de livraison). Ainsi que l'absence de fonctionnalités de tri ou de filtres, et d'un tunnel d'achat clair, sobre et bien hiérarchisé.

## ATTENTES

Il aimerait consulté un site internet clair et bien hiérarchisé, qui s'adresse en grande partie au professionnels du BTP, il lui faudrait donc un élément qui le lui annonce dès son arrivé sur le site

# Persona



**Mélanie Legendre**

31 ans

Professeure des écoles

*Coeur de cible*

## PRÉSENTATION

Mélanie Legendre consulte régulièrement des sites d'e-commerce et de ventes de meubles depuis qu'elle a pour projet d'emménager dans une nouvelle maison.

## OBJECTIF

Elle recherche un site clair et bien hiérarchisé qui lui permettra de trouver rapidement les différents produits qu'elle recherche.

## MOTIVATION

/

## SENSIBILITÉS

En tant que jeune active elle porte beaucoup d'importance aux :

- Prix des produits vendus sur les différents sites, ainsi qu'à leur disponibilité et leur frais de livraison.
- Différentes fonctionnalités du site tels que les filtres pour avoir rapidement accès aux produits qu'elle souhaite acheter.

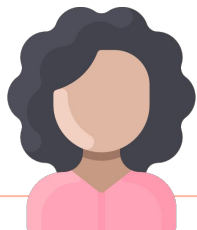
## FREINS

La surcharge d'informations sur une page ou sur un site en général peut être un frein pour elle. S'il y a trop d'informations et qu'elle rencontre des difficultés à trouver rapidement ce qu'elle cherche, elle préférera changer de site.

## ATTENTE

Elle souhaiterait consulter un site assez épuré et concis où il est facile de naviguer et de trouver ce que l'on recherche en disposant de toutes les informations nécessaires pour chaque produits.

# Persona



**Cilia Cortez**

55 ans

Comptable

*Coeur de cible*

## PRÉSENTATION

Cilia Cortez a l'habitude de consulter des sites d'e-commerce pour effectuer différents achats, mais se rend particulièrement souvent sur des sites d'ameublements et d'aménagements depuis qu'elle a pour projet de rénover une maison.

## OBJECTIF

Elle recherche un site web avec une certaine expertise et différents conseils, lui permettant de se projeter facilement dans sa future maison.

## MOTIVATION

Elle cherche un site web où :

- Les informations sont bien hiérarchisées, on ne passe pas trop de temps à rechercher un produit.
- Les différents items sont mis en scène : besoin de pouvoir se projeter et également qu'on lui soumette différentes idées/tips pour l'aider à aménager sa futur maison.

## SENSIBILITÉS

## FREINS

Lorsque les différentes pages du site ne sont pas claires car trop détaillées et qu'on ne dispose pas facilement des informations essentielles comme le prix des produits. Le manque de photos l'aidant à se projeter ou de cohérence entre les différents items

## ATTENTE

Elle souhaite consulter un site web structuré, aéré et cohérent, disposant de photos de grande qualité. Le site en question doit également être une source d'inspiration pour décorer sa future maison.





# BENCHMARK



# Benchmark n°1 - Ikea



Ikea : Site de vente d'objets essentiels au quotidien.

- Site bien organisé/hiérarchisé, les fonctionnalités essentielles d'un site de e-commerce sont présentes au bon endroit de façon épurée (header, quantité d'information, blog, panier...). Il n'y a **pas de surcharge d'informations**.
- Le site est contemporain par sa sobriété et son interactivité : beaucoup d'images et de couleurs sont présentes et cassent la monotonie d'un look épuré (sobre), sans pour autant que le site devienne illisible.
- Correspond fortement à **l'univers visuel** souhaité pour la refonte de masalledebain.com. C'est un site extrêmement convivial qui autorise l'immersion des clients. On le voit par exemple aux mises en scènes photographiques/mise en situation d'une famille ou d'un couple dans la pièce correspondante à la catégorie du futur achat. La quantité de ces mises en scènes permet de **toucher un large spectre de clients**, tout comme le storytelling présent dans certaines sections du site.
- La créativité est mise en avant par la présence de sections "**Conseils**" ou "**Inspirations**".
- **Look and feel** : Convivial et pratique

# Benchmark n°2 - Habitat



Habitat : Chaîne spécialisée dans la vente de meubles et d'accessoires de décoration contemporains.

- Header de couleur noire mais reste du site très coloré : les couleurs sont unies, opaques mais dans des tons chauds : couleurs terracotta, chaleureuse
- **Expertise** : importance de la catégorie "nous pouvons vous aider" dans la barre de recherche + Beaucoup de références aux services/montage/livraison
- Pas de surcharge d'informations dans le header : clair et concis + Menu des produits déroulants
- Carrousel d'images Instagram : apporte un côté convivial - chaque meuble est mis en scène
- Animations sur la page d'accueil : donne du dynamisme au site sans l'alourdir
- Ensemble des images et des produits parfaitement alignés et de la même taille : donne plus de cohérence aux différentes pages
- Description des produits : courte et concise - on dispose de toutes les informations essentielles
- **Look and feel** : Professionnel et esthétique

# Benchmark n°3 - Made



Made : Marque anglaise spécialisée dans la vente de meubles en ligne.

- Positionnement haut de gamme mais beaucoup de fonctionnalités pertinentes et un design très esthétique
- L'ensemble du texte est en noir : on retrouve donc les différentes couleurs dans les photos et illustrations qui sont de très grandes qualités
- Catégorie « **Idées** » dans le header : permet à l'utilisateur d'imaginer les différents produits et de s'inspirer pour ses propres projets : donne également cette dimension d'expertise au site
- Description des produits extrêmement courte et concise, on va à l'essentiel
- Sur les pages produits on retrouve des images représentatives des différents items pour chaque catégorie : facilite la recherche pour l'utilisateur + Possibilité de rechercher les meubles « **Par Pièce** » dans le header
- Possibilité d'ajouter les articles en favoris
- **Look and feel** : Cosy mais chic



# CONCLUSION

---

# CONCLUSION



Au terme de cette phase de recherche, comprenant l'étude d'un marché, de ses clients et leur classification dans le but de mieux répondre à leurs besoins ; les enjeux et les aspirations de la refonte du site web de masalledebain.com ont été entendus et construits autour de leur cible commerciale.

Ainsi, le marché des salles de bain dans le e-commerce requiert énormément d'implication car ce n'est pas initialement en ligne que ces achats sont faits : ils nécessitent une projection extrêmement personnelle et donc une mise en situation physique qui n'est pas possible en ligne, d'autant plus que c'est souvent en famille que de tels aménagements sont envisagés. Cette immersion se produit en donnant au site un aspect convivial et familial par l'utilisation de couleurs vives, d'illustrations/photographies de mise en situation ou encore de storytelling.

L'enjeu d'un tel site est de répondre à cette attente en l'associant à une spécificité de marque pour se démarquer de la concurrence. Dans le cas de masalledebain.com c'est autour de son expertise et des services proposés que cette spécificité s'articule.

C'est pourquoi, après avoir étudié ces profils et leurs attentes, **quelques recommandations** peuvent être faites :

- Utilisation de photographies et de storytelling
- Ajout d'une section "professionnels" mise en avant sur la première page
- Navigation simple, hiérarchisée et épurée
- Elaboration d'une charte graphique détaillée, s'articulant autour de couleurs vives incitant à la convivialité