

Projets E-commerce

Site marchand de montre

Participants :

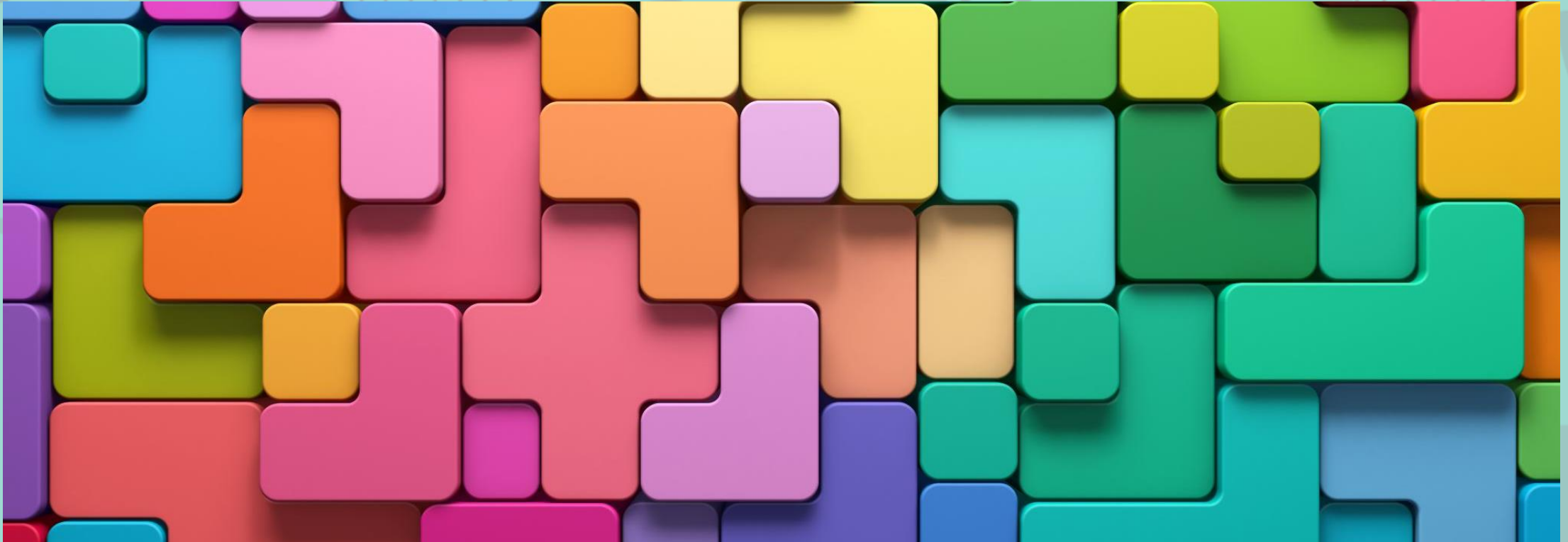
Robin

Enzo

Mel

Mathieu

Anis



Sommaire

- I Objectifs
- II Technologies utilisées
- III Documents de présentation
- IV Choix de vente

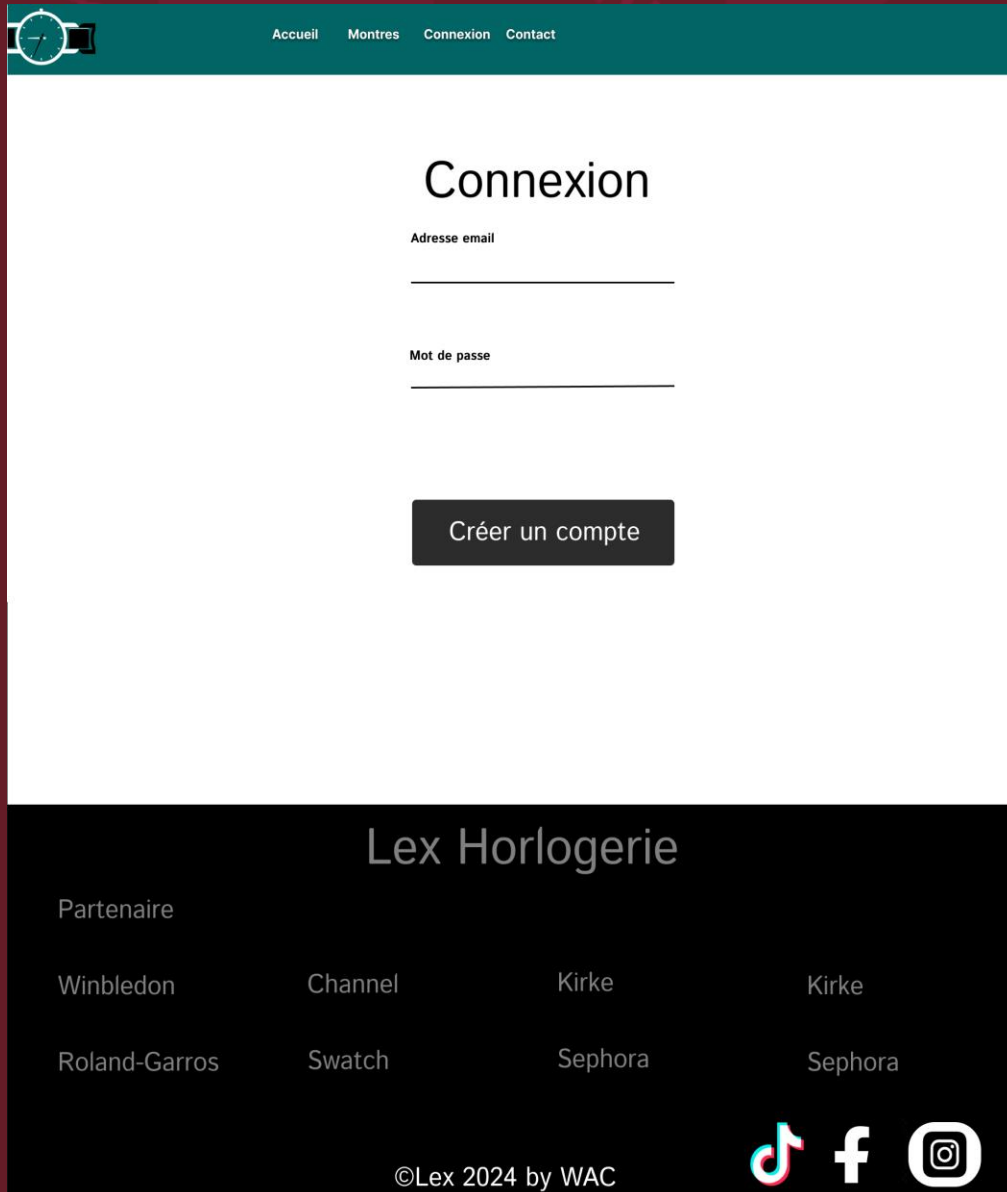
- I Objectifs

Créer une plateforme de site marchand

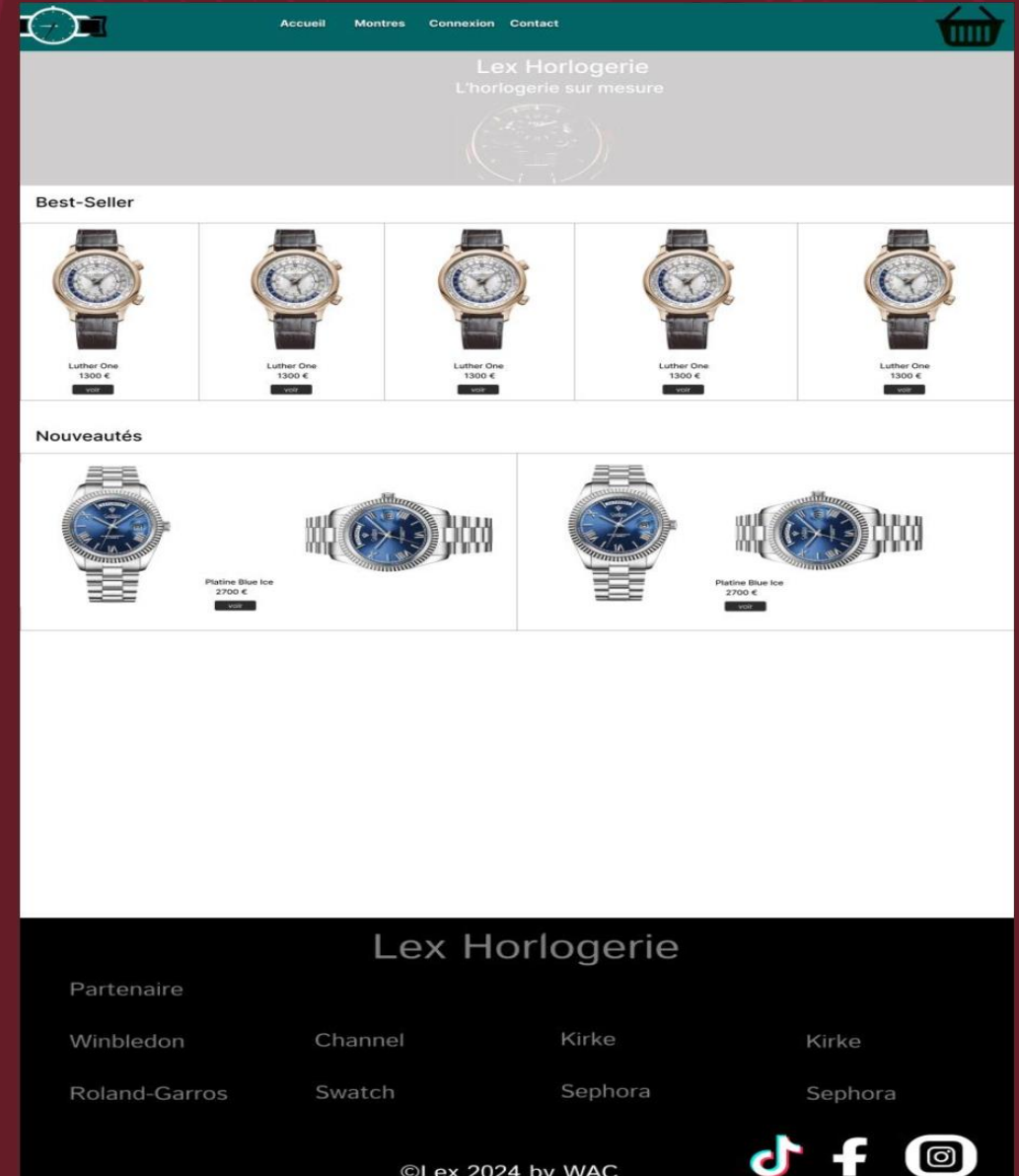
- Cibler un marché
- Utiliser une méthodologie agile
- Technologies imposées (React & Symfony)
- Délai imposé : 8 semaines
- Sprint lundi matin & jeudi après-midi
- Scrum master
- Documents de présentations

Maquettes

- Connexion



- Accueil



Moodboard



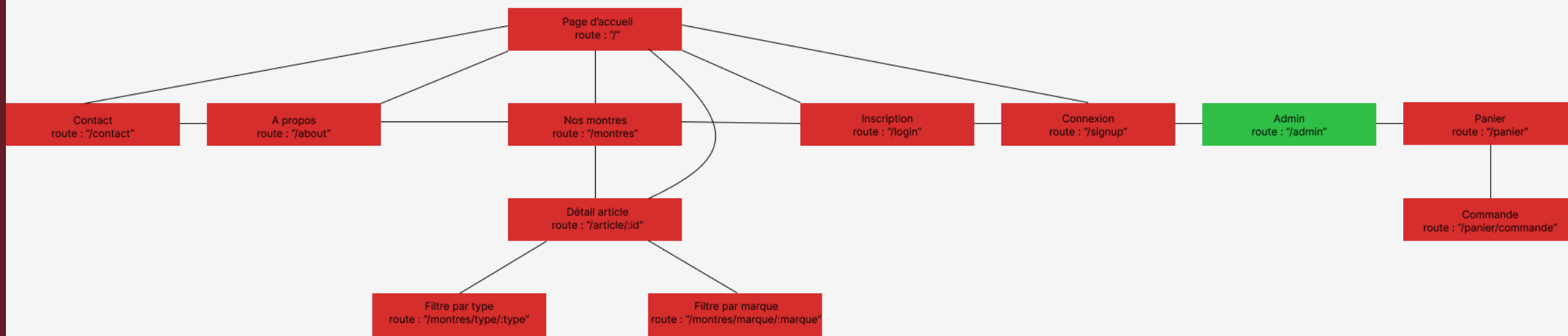
Le temps avec style, à portée de clic.

Arborescence des pages

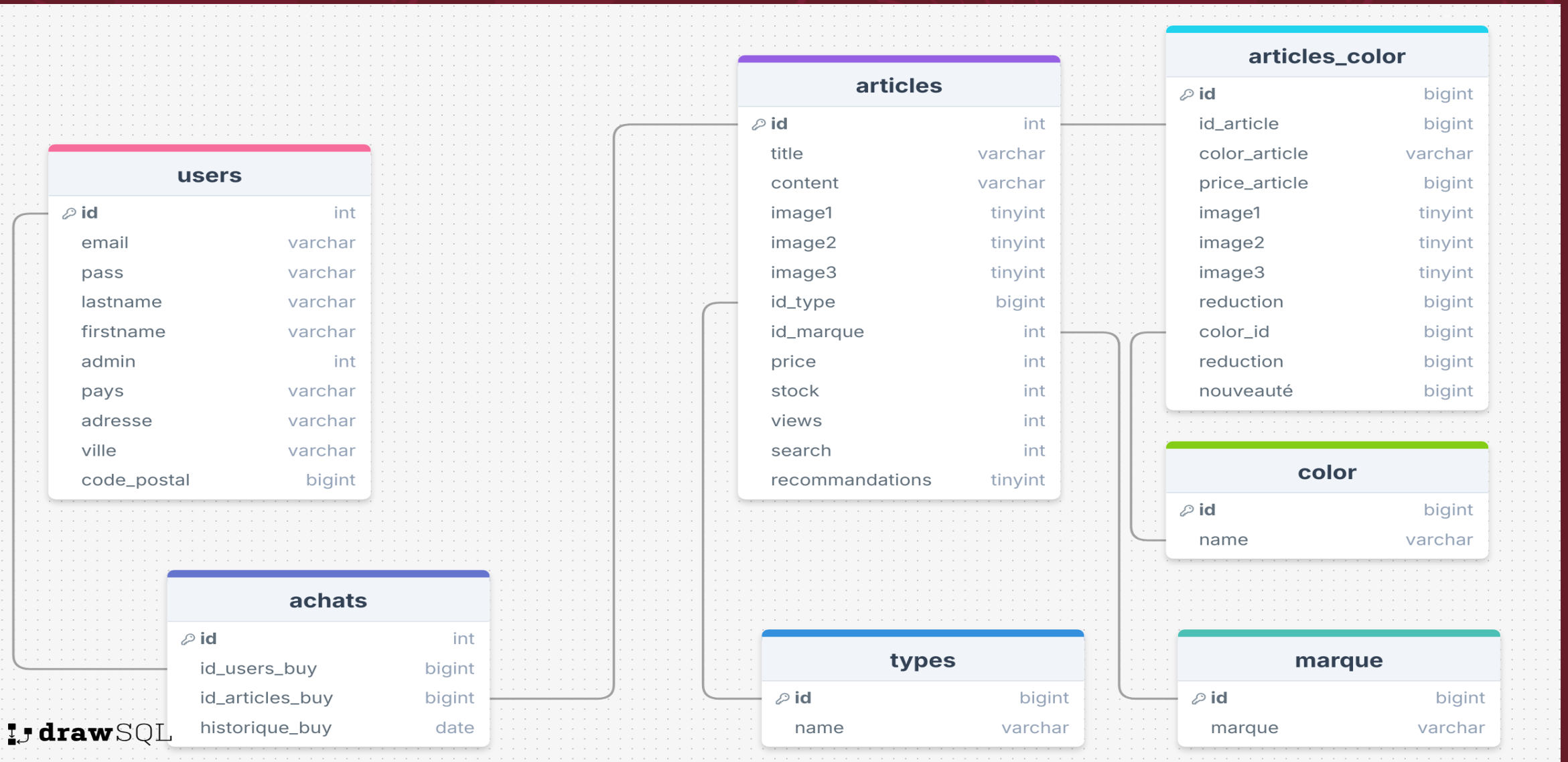
Arborescence du site

Non connecté

Connecté



Arborescence de la base de donnée



- IV Choix de marché

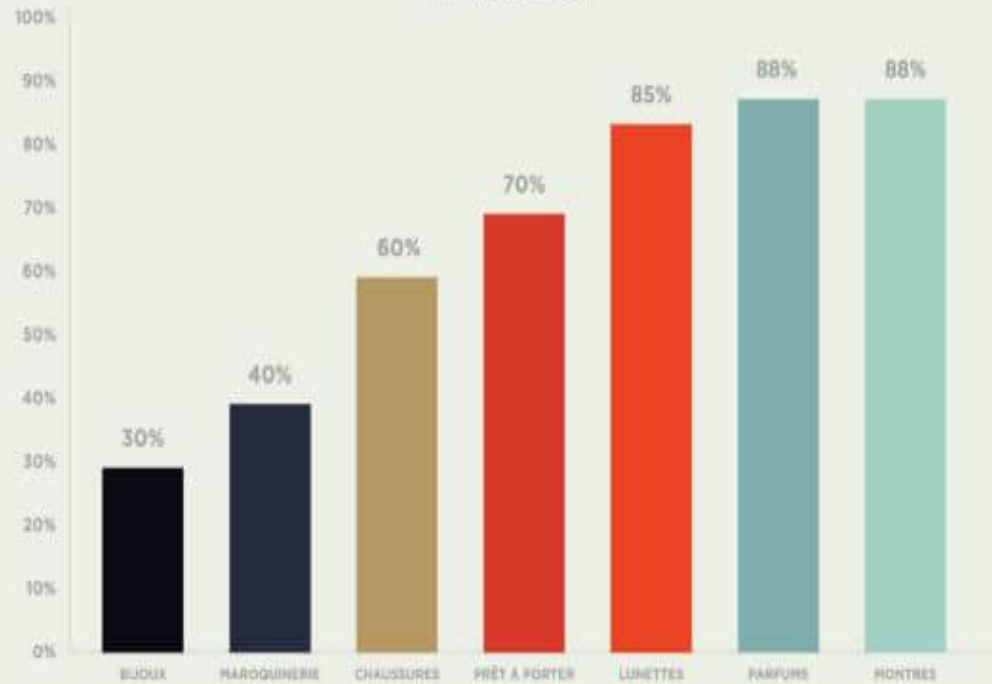
Large choix des produits



Haute valeur marchande

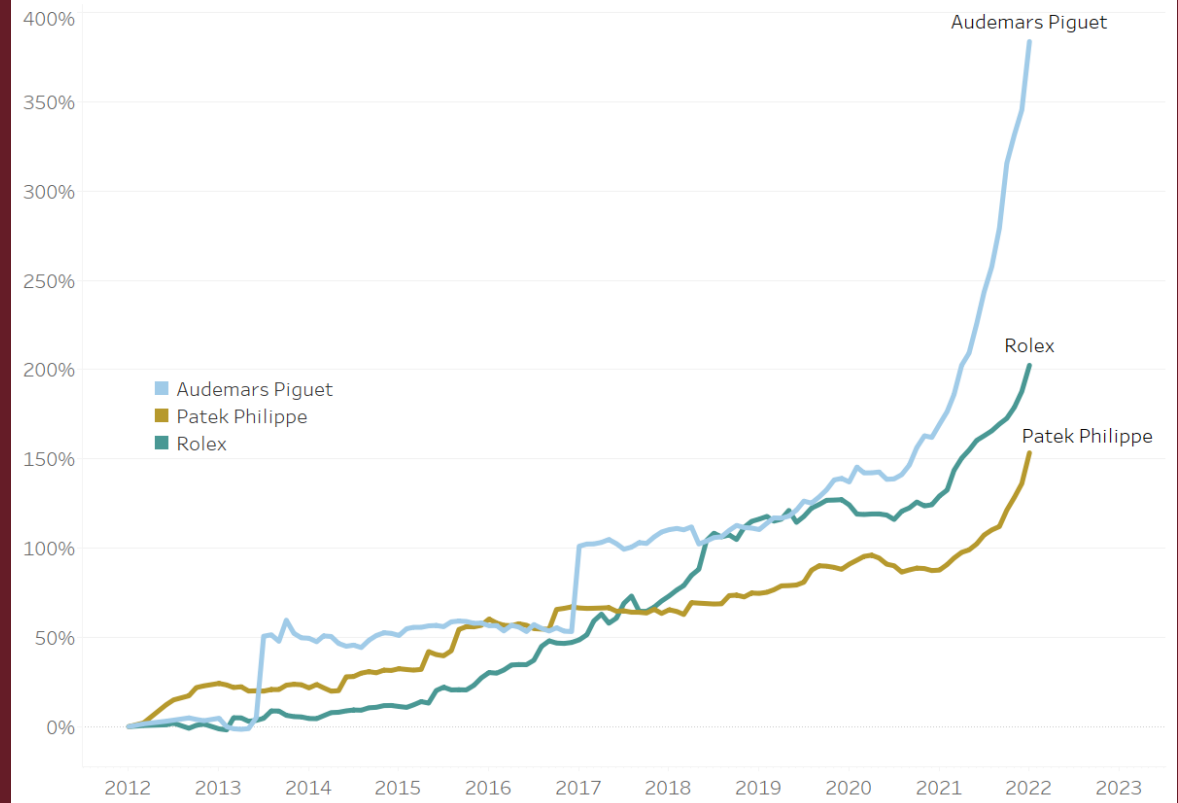
LA PART DU COMMERCE DE GROS DANS LA DISTRIBUTION DE MONTRES SUISSES
EST SENSIBLEMENT SUPÉRIEURE À CELLE DES AUTRES SOUS-SEGMENTS DU SECTEUR DES PRODUITS DE LUXE

Fondation Haute Horlogerie



SOURCE : RECHERCHES MORGAN STANLEY

Evolution du prix moyen d'un panier de modèles de montres d'une même marque
(y compris modèles spéculatifs, évolution calculée par rapport à Janvier 2012)



Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 2.0 If you want to reuse this graph, please make a backlink to <https://www.intotheminds.com>

into the minds