

Concurrence

Botanic.com

Un header très simple avec le logo sur le côté gauche suivi d'une recherche, compte fidélité, mon compte, les magasins et le panier.

Le menu très chargé et en dessous un bandeau d'inspiration avec image défilante amenant à d'autres pages.

On retrouve une charte avec nuance de vert avec le corp du site laissé en blanc avec écriture verte.

Informations et articles assez condensés.

Le site est ensuite hiérarchisé avec plusieurs catégories

- Promos en cours
- Les derniers articles mis en avant
- La suite des articles
- Démonstration des bonnes pratiques de la marque
- Le footer avec caractéristiques importantes du site (paiement 3x, sécurisé, click and collect etc..)
- Menu réseaux sociaux dissocié du footer

Gammvert.fr

Un header dans la même veine très simple avec logo à gauche puis une barre de recherche, les magasins, le compte et le panier.

Un menu des catégories des articles vendus (Les promotions mis en rouge pour mettre le bouton en avant).

L'identité visuelle est assez simple quelque écriture en vert, le fond reste blanc

Ensuite la hiérarchie du corps

- Un bandeau pour mettre en avant certaines catégories
- Les meilleures ventes
- Catégorie les plus consultées
- Les derniers articles
- Fonctionnement click and collect
- Avantages du site (paiement sécurisé, nombre produits etc..)
- Footer avec l'abonnement newsletter, "besoin d'aide", trustpilot, réseaux sociaux et en dernier rappel de toutes les catégories de produits et paragraphe sur ce qu'est gamme vert.

Page produits

Gammvert.fr

La page de présentation d'article est organisée de façon assez claire avec une grande photo sur le côté gauche du produit (possibilité de voir d'autres photos) , une description rapide avec le nom produit et le prix, information de livraison sur la droite.

Suis une description détaillée du produit avec les caractéristique technique, et un encadré pour reparler des caractéristique. Sur ce point cela est redondant.

Les avis clients viennent ensuite, puis pour finir une sélection d'articles similaires.

Botanic.com

Image à gauche et titre + description rapide à droite avec le prix et l'ajout au panier.

La suite est différente de Gammvert la description poussée est à gauche et les caractéristique technique à droite, il n'y pas de redondance et l'organisation facilite la lecture.

En dessous suit un conseil d'utilisation, ce qui peut ne pas être pertinent pour les tondeuses manuelles.

Ensuite la possibilité de consulter des conseillers du site, puis les articles similaires.

Conclusion

Les sites de e-commerces ont des conventions, on va avoir un panier, une barre de recherche, pour les entreprises avec magasins physique, une carte les regroupant.

La possibilité de créer un compte et donc de se connecter est une erreur d'ergonomie si cela est nécessaire pour acheter sur le site. Pour Pouss'Toujours un compte n'est pas pertinent.

Pour l'organisation de l'accueil, une hiérarchie bien organisée est nécessaire pour orienter le client. Nous aurons la présentation de la dernière tondeuse produite puis une sélection d'articles en promotions et pour finir les articles les plus vendus.

Le footer devrait être complet, pour les clients qui n'ont pas trouvé ce qu'il cherche. Un bandeau de réseaux sociaux, la newsletter, un contact et une version détaillée de tous les articles présents sur le site (catégorie puis une liste des articles).

Pouss'Toujours étant une entreprise artisanale ne proposant qu'un produit (tondeuses et quelques accessoires) le site devrait rester sobre sans trop d'information.

Le choix des couleurs (ou les mettre) sera important pour appuyer le côté luxe, on utilisera pas une nuances de vert comme fond mais pour les texte de titrage et de labeur.

Pour les pages dédiées au produit nous suivrons les conventions comme vu sur les deux sites, mais en mettant en avant les avis clients pour rassurer sur la qualité des produits.

