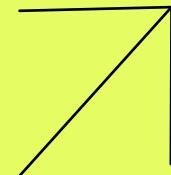


bois espiègle



2023
avril



LET'S
TALK

Cahier des charges de la création du site internet

table des matières

- 01 **analyse des besoins**
- 02 **conception graphique**
- 03 **sections - les éléments de votre site web**
- 04 **propositions - commandes spéciales**
- 05 **propositions - liste de produits**
- 06 **propositions - un produit**
- 07 **propositions - header**
- 08 **proposition - navigation**
- 09 **propositions - footer**
- 10 **recommendations**
- 11 **propositions - portfolio avec témoignages**
- 12 **propositions - formulaires d'inscription**
- 13 **références**

analyse des besoins

01



analyse des besoins

1.1

Suite à l'analyse de sites d'artisan ébéniste urbain, qui se spécialise dans la création de produits haut de gamme avec une architecture particulière, voici ce que nous concluons au niveau de la navigation ainsi qu'au niveau de l'aspect visuel de l'interface, pour satisfaire à vos besoin de e-commerce offrant des produits spécialisée.

En se référant à nos observations, la conception et le développement du site Web devra tenir en compte des cinq aspects suivants :

Un style graphique moderne, simple et professionnel visant votre clientèle cible, basé dans la recherche et qui a pour but d'optimiser le taux de conversion.

Une navigation dynamique du contenu pour mettre les produits en valeur.

Un système de commande spéciale efficace et simple à utiliser qui facilitera la collaboration avec vos clients pour créer des pièces uniques qui répondent à leurs exigences spécifiques en matière de design et de fonctionnalité.

Un formulaire qui a pour but d'augmenter la loyauté et minimiser les abandon de panier.

Un portfolio avec témoignages pour mettre en valeur vos beaux produits et donner confiance à vos clients.

modèle stratégique

1.2



la cible

Le public cible des marques de luxe d'aujourd'hui est âgé de 25 à 44 ans. Ils représentent 64 % de ce public global.



le message

Nous sommes fiers de présenter nos produits exclusifs, fabriqués entièrement à la main, qui répondent aux besoins de la clientèle la plus exigeante.



l'objectif

Offrir l'option supplémentaire de commandes spéciales à notre clientèle pour leur donner la possibilité de posséder un mobilier entièrement personnalisé qui reflète leur style et leur personnalité.



le média

Une plateform web et mobile.

personnas

1.3



millennials plus âgés

Maxime - 44 ans

Cherche à s'offrir des meubles de qualité, haut de gamme.

"Le public cible des marques de luxe d'aujourd'hui est âgé de 25 à 44 ans. Ils représentent 64 % de ce public global."

- mediaboom.com



génération Z

Sarah - 24 ans

Cherche à acheter des produit de luxe comme cadeaux.



millennials

John - 31 ans

Cherche à remplir sa nouvelle maison de meubles unique et exclusifs.

Personal luxury goods market by generation

Unit: %



Source: Bain & Company-Altagamma

Global personal luxury market size

Unit: billion euros



2019

2021

2025*

conception graphique

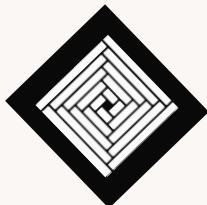
02



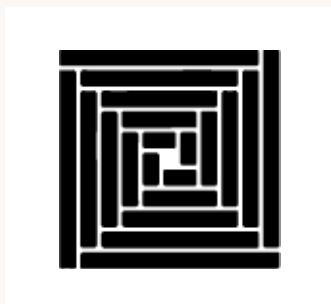
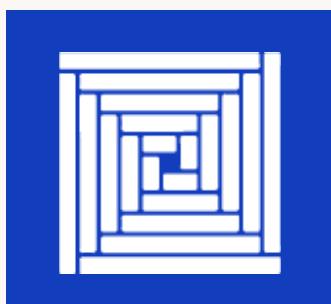
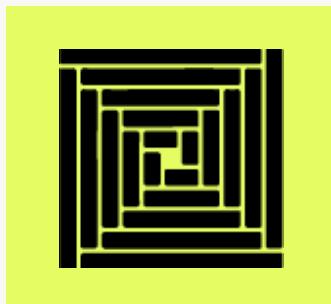
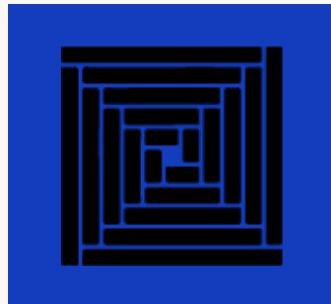
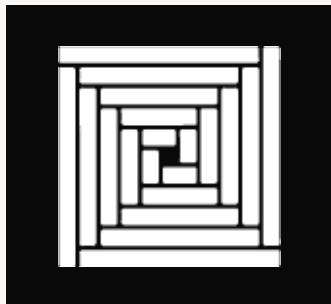
conception graphique

- logo

2.1



BOIS esPIÈGLE



conception graphique

- palette de couleurs

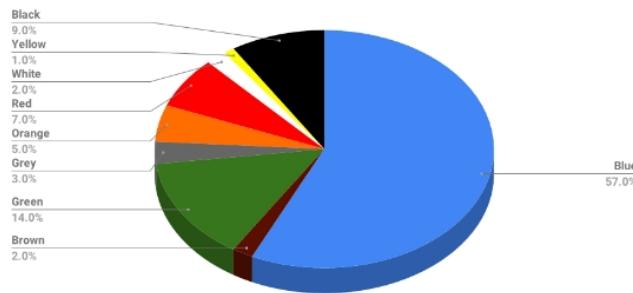
2.2

"Les premières impressions comptent. Il ne faut que quelques secondes à un client pour décider s'il souhaite ou non rester sur votre site Web. Et entre 62 % et 90 % des impressions sont basées uniquement sur la couleur."

85% des utilisateurs considèrent la couleur de la publicité ou de l'emballage du produit comme un facteur déterminant lors de l'achat.

- chameleoncollective.com

67% des utilisateurs n'achètent pas s'ils n'aiment pas la couleur de la publicité.



bleu

La couleur bleue symbolise le calme, la stabilité, la confiance. C'est pourquoi les poussées bleues obtiennent plus de clics et augmentent les ventes.

vert

La couleur verte est souvent associée à la richesse et, évidemment, au secteur bancaire et financier. Mais la couleur représente également la croissance et indique "faites-le maintenant". Considérez-le comme le feu vert dans le feu de circulation. - aritic.com

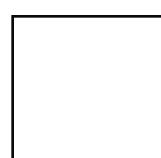
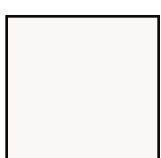
noir

Les appels à l'action noirs ne sont pas un choix courant mais sont néanmoins efficaces. La couleur noire respire l'efficacité et la puissance tout en ajoutant une sophistication minimalistre.

- aritic.com

blanc

Le blanc représente la pureté et la douceur.



style guide

- titres

2.3

Neue Haas Grotesk Text Pro

header 1 48px

header 1 48px

header 2 40px

header 2 40px

header 3 36px

header 3 36px

header 4 24px

header 4 24px

header 5 18px

header 5 18px

header 6 16px

header 6 16px

style guide

- texte

2.4

Sitka texte 16px

En outre, nous tenons à souligner que Bois Espiègle accepte également des commandes spéciales pour répondre aux besoins individuels de nos clients. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos clients pour créer des pièces uniques qui répondent à leurs exigences spécifiques en matière de design et de fonctionnalité.

Nous sommes conscients que nos produits se vendent à un prix élevé, mais nous sommes également conscients de la valeur ajoutée que nous offrons à notre clientèle.

Nous sommes fiers d'offrir cette option supplémentaire à notre clientèle pour leur donner la possibilité de posséder un mobilier entièrement personnalisé qui reflète leur style et leur personnalité.

style guide

- boutons

2.5

C.T.A. (appelle à l'action)

"Les recherches montrent que 6,5 % des CTA entraînent une augmentation du taux d'ajout au panier. Ils augmentent également le taux de conversion global de 9 %.

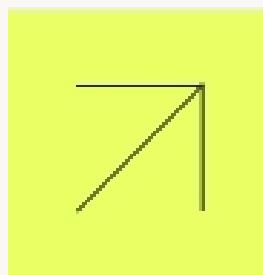
- chameleoncollective.com

"Une incitation à l'action plus proéminente et accrocheuse génère davantage de conversions . Par conséquent, tout changement de couleur qui augmente la visibilité de votre appel à l'action devrait augmenter vos conversions."

- optinmonster.com

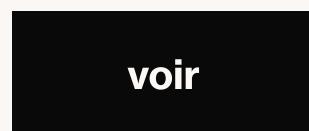
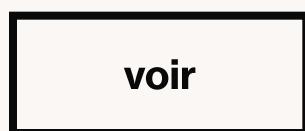


Un bouton "sticky" qui suit la page quand on scroll. Au click, il s agrandi et donne l opportunité au client de nous contacter, ainsi de se connecter ou créer un compte.



commander

Des boutons animés par un hover donnant à un changement de couleur.



sections

- les éléments de votre site web

03



proposition

- commandes spéciales

04

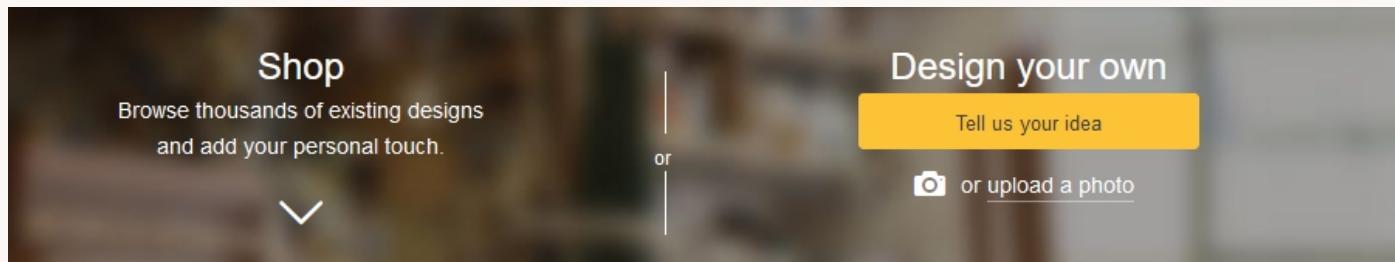


comparables

- commandes spéciales

41

En haut de la page des commandes spéciales, une section avec un appelle à l'action donnant l'opportunité au client de soumettre une inspiration à partir d'une image, ainsi qu'un message ou d'utiliser un outil de configuration.



l'outil de configuration: un system avancé qui permet de répondre à des exigences plus spécifique. Le client peut concevoir le projet en termes de structure et de fonctionnalité, matériaux, couleurs etc.

A screenshot of the IKEA 'Design your own' configuration tool. On the left, a sidebar lists categories: 'Que voudriez-vous personnaliser ?' with options like 'Structures', 'Portes & façades de tiroir', 'Poignées', 'Pieds', 'Accessoires', 'Plateaux supérieurs', and 'Aménagement de la pièce'. In the center, a 3D preview shows a modular shelving unit made of light-colored wood. Dimensions are indicated: 240.0 for the width and 40.0 for the depth. On the right, a detailed view of the 'Structures' section shows a 'Effet noyer teinté gris structure' (Oak stained grey structure) with four different sizes listed: 60x20x64 cm at \$60.00, 60x40x64 cm at \$70.00, 60x40x128 cm at \$90.00, and 60x40x192 cm at \$120.00. Each item has a circular checkbox next to it. At the top right, there is a 'Finaliser →' button and a menu icon.

- www.ikea.com

comparables

- commandes spéciales

4.2

Ce système permet de "drag and drop" les éléments, soumettre des grandeurs spécifiques, cliquer sur des choix de couleurs, matériaux etc. Une fois terminé, le client peut vous envoyer son projet.

The screenshot displays a furniture configuration software interface with the following components:

- Left sidebar:** A vertical sidebar containing images and labels for various furniture elements: shelf, shelf 25mm, Solid ground, glass floor, shoe shelf, clothes rail, and jh gloss.
- Top navigation:** A horizontal bar with tabs: step 1 Dimensions, step 2 Furnishing, step 3 doors, step 4 decors, step 5 handles, and step 6 Overview.
- Dimensions panel:** Shows a price of € 2,098.89 and dimensions: 290.0 cm width, 240.0 cm depth, and 200.0 cm height. It includes buttons for defining widths, distributing widths evenly, and entering the number of items (3).
- Material selection:** A section titled "furnishing" showing a red decorative panel labeled "ted decor: red 126". Below it are color swatches for shelves, doors, and handles.
- 3D preview:** Two 3D previews of the shelving unit. The top one is white, and the bottom one is red. Both show dimensions: 290.0 cm width, 200.0 cm height, and 40.0 cm depth.
- Bottom right:** A URL - www.schrankplaner.de.
- Bottom panel:** A configuration panel for a "Shen" shelving unit. It shows a price of € 2,452.54 and a note about flexible installation due to hole spacing of 32 mm. It asks for the number of shelves (1 to 12) and thickness of shelves (19 or 25 mm). An "OK" button is present.

proposition

- liste de produit

05

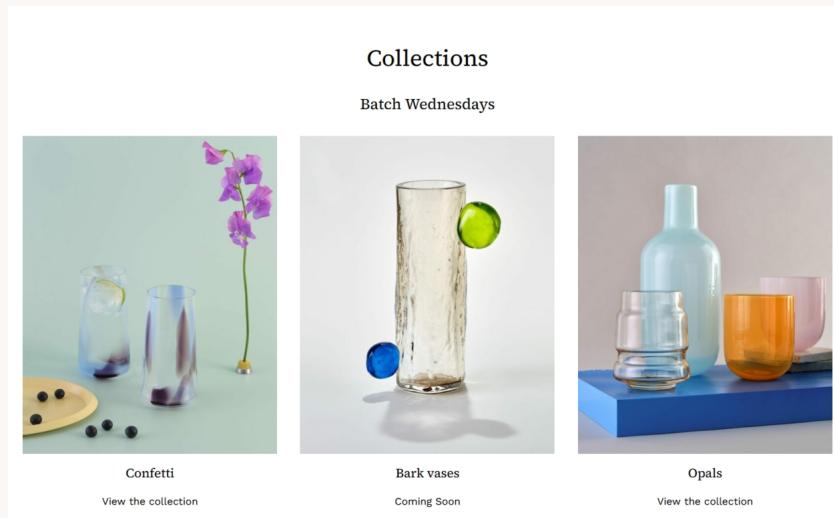


comparables

- liste de produit

5.1

Une list de produits visuel "grid list".



- batch.glass

Au survol de l'element, le nom du produit apparait au centre de l'image, et l'appelle à l'action le remplace.

brunner::

Search Q

PRODUCTS ▾ DOWNLOADS ▾ ABOUT ▾ FUTURE WORKS FINISHES CONTACT

ALL PRODUCTS

Chairs

A-bench

[View product](#)

A-chair

A-lounge

artemo

artemo

artemo

artemo

artemo

- brunner-uk.com

proposition

06

- un produit



comparables

- un produit

6.1

Chaque produit aura sa propre fiche composer de son tire, d'une image ou vidéo ainsi qu'une brief description.

Comme dans le header, le produit pourras être vue de plus près au survol de la souris.

Il y auras également des liens pour les spécifications et la configuration, un C.T.A. pour ajouter le produit au panier et un pour vous communiquer.

ray soft lounge

CHAIRS SOFA & LOUNGE CHAIRS COLLECTIONS RAY

The ray collection continues to evolve with the introduction of ray soft lounge.

Look for comfort. The new ray soft lounge chair reduces the seat height and stress level. Lean back, relax and enjoy the moment – in the armchair or in the high-back version with ottoman.

DOWNLOAD CADS

DATA SHEET

CONFIGURE PRODUCT

- brunner-uk.com

BATCH

WEDNESDAYS

Confetti Highball – Cherry Tree

£38.00

Our essential everyday drinkware. Confetti is available as tumbler, highball and carafe. Clear glass with a light application of coloured glass confetti.

Confetti is the original Batch Wednesdays Collection. It's perfect for the first steps in the gaffers bench and its production encompasses some of the foundational skills of mould blowing tricky forms, colour prep and slick teamwork. Sold individually.

Size: w15.5cm x d9cm x h9cm

Weight: 250g

- 1 +

Add To Basket

14 days easy returns. Read more
Have any questions? Contact us

- batch.glass

proposition

- header

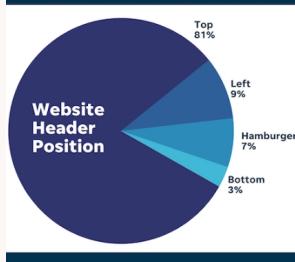
07



comparables

- header

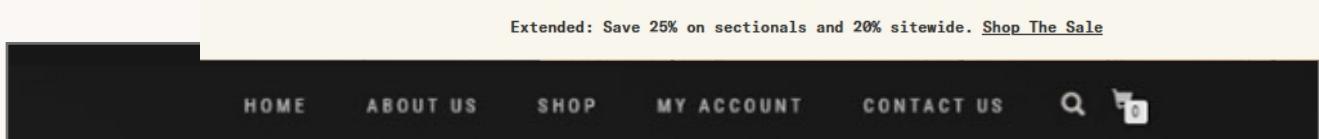
7.1



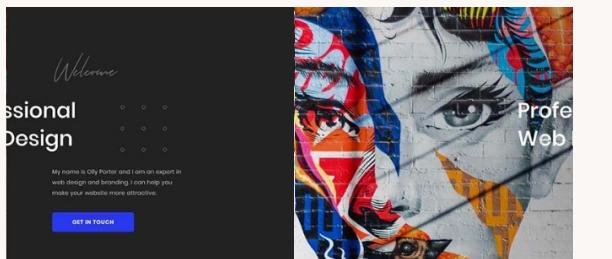
Les en-têtes sont l'élément le plus engagé sur un site Web. Les entreprises qui cherchent à laisser une impression s'efforceront de trouver un équilibre parfait pour offrir une expérience simple et intuitive, mais unique et stimulante.

- wordstream.com

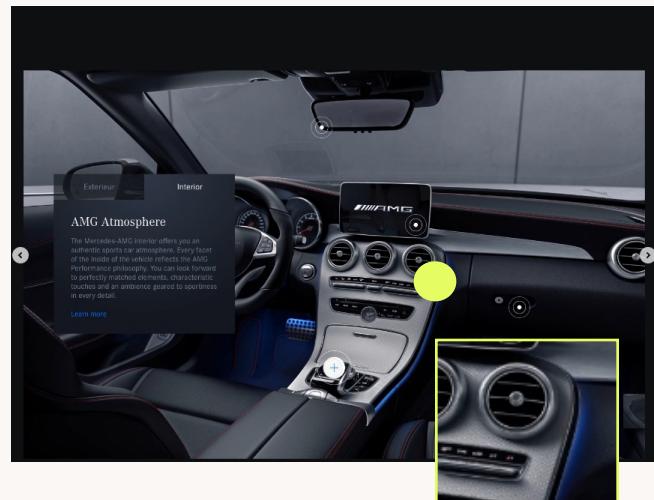
Une barre de navigation fix ("sticky") comprenant deux parties. La première, une barre pour afficher une information importante tout au long du site. Une deuxième pour le panier, ainsi que tous les liens importants démontré si-dessous. Finalement, un bouton spécial de commande menant à la page de liste de produits.



Un carrousel automatique (pour afficher de beaux produits) glissant vers la gauche. Chaque animation est composée de deux sections. Une image en arrière plan, et une section avec un titre et une brève description ainsi qu'un C.T.A. menant à la liste de produits.



LET'S
TALK



Au survol de la souris, on pourra regarder une partie du produit en détails.

proposition

- navigation

08



comparables

- navigation desktop

8.1

La taxonomy hiérarchique de trois niveaux continent les catégories principales, les catégories de deuxième niveau, les different models, et finalement le produit spécifique. Ce dernier amene le client vers la page du produit.

Au survol, chaque catégorie est mise en surbrillance, on voit également un preview du produit.

The screenshot shows the homepage of brunner.uk. On the left, there's a sidebar with categories like CHAIRS, TABLES, BREAKOUT / COLLABORATIVE / LOUNGE, CREDENZAS, COLLECTIONS, SYSTEMS, BOARDROOM & MEETING, CANTILEVER, MULTI PURPOSE / TRAINING, DINING & CAFÉ, SOFA & LOUNGE, STOOLS, and OUTDOOR. A mouse cursor is hovering over the 'BOARDROOM & MEETING' category, which is highlighted in yellow. To the right of the sidebar, there's a main content area with a navigation bar at the top: PRODUCTS ▾, DOWNLOADS ▾, ABOUT ▾, FUTURE WORKS, FINISHES, and CONTACT. Below the navigation, there's a large image of a 'fina club chair & table' set against a brick wall, with the caption 'fina club chair & table' underneath it.

- brunner-uk.com

Abramson Architects	Site Migration	2021
Abramson Architects Research Initiative	Design & Development	2021
Armani Beauty	UI/UX Design	2022
Blooms & Blossoms	UI/UX Design · WeChat mini program	2021
BonusRun	Design & Development	2021
Bulgari	Design & Development	2019
Chilmak	Design & Development · Site Migration	2022



- acestudiohouse.com

comparables

- navigation mobile

8.2

SOL'ACE

HOME
ABOUT
JOURNAL
CONTACT

SHOP

ALL
LOOKBOOK
COLLECTIONS
FEATURED

COLLECTIONS

DECORS
FURNITURES
CERAMIC
LAMPS

Pour le mobile, on propose une version simplifier. Un menu hamburger nous donne accès aux catégories des deux premier niveau supérieur.

Les liens sont mis en surbrillance au survol et au click la page démontre la catégories de deuxième niveau avec la capacité de filtre.

Au survol de l'image du produit on voit une deuxième image du produit.

Au click, on obtiens le produit en question avec tous ces détails.

CERAMIC

5 PRODUCTS SEARCH C

FILTERS SORT BY

SANBEGE CERAMI \$2,599

NATIVE LIGHT CHAIR \$4,990

NATIVE IRON CHAIR \$4,990

SWIPE 1/2

DIVIT SPHERE DIVS-SPH

These centrepiece decorative objects can be cleaned with a dry cloth.

- solace-store.com

proposition

- footer

09



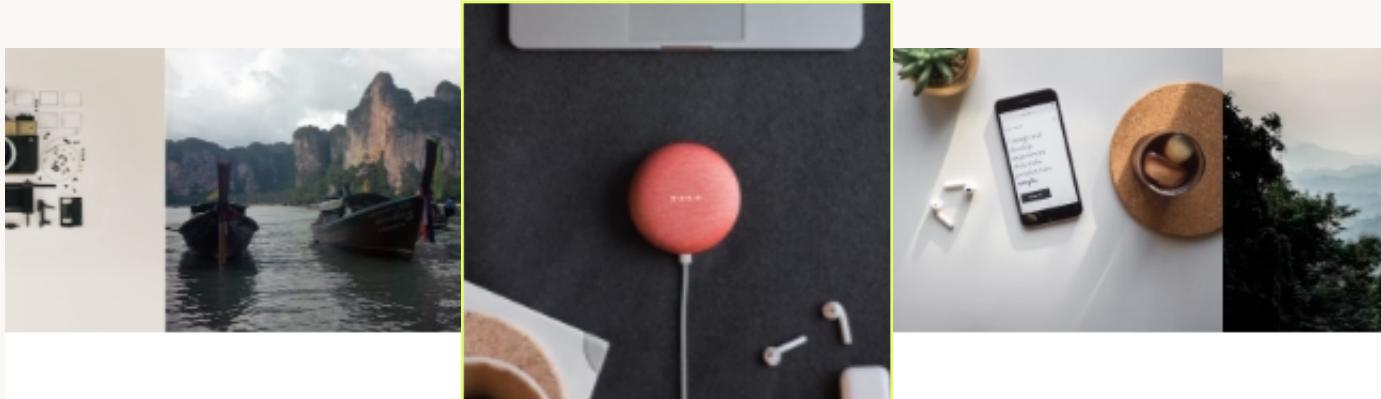
comparables

- footer

9.1

Voici un pied de page moins traditionnel pour votre site Web.

Ce qui distingue ce pied de page des autres, c'est qu'il contient un carousel animé avec une galerie d'images de votre portfolio. Idéal pour faire un rappel à votre portfolio avec une animation qui stimule encore une fois! Au survol de la souris, l'image s'agrandie légèrement et au click on est remmené au témoignage du client avec photo.



[FACEBOOK](#)

[TWITTER](#)

[INSTAGRAM](#)

[YOUTUBE](#)

- alvarotrigocom

En plus, on propose d'inclure une adresse e-mail, un numéro de téléphone et des icônes de médias sociaux. Le C.T.A. de contact est également cliquable, redirigeant vers un formulaire d'inscription.

Cette partie du pied de page est axé sur le CTA. qui mène l'utilisateur vers la conception de son projet et une invitation à la création de compte. Le client peut choisir de s'abonner, de démarrer un projet ou d'explorer votre travail.

4043 N RAVENSWOOD AVE, SUITE 316, CHICAGO, IL 60613 | 773.348.4581 | [CONTACT](#)

[START A PROJECT](#)

[SEE OUR WORK](#)

Certified
Corporation

Orbit is a proud member of the Chicago community. We strive to educate and collaborate with like-minded businesses to make a difference environmentally and socially. Let's collaborate.

[LEARN ABOUT OUR B CORP VALUES](#)

Join over 16,000 people who receive web marketing tips every two weeks.

Email Address [SIGN ME UP](#)

By signing up you are agreeing to our [Privacy Policy](#).

JOIN OVER 16,000 PEOPLE WHO RECEIVE WEB MARKETING TIPS EVERY TWO WEEKS.
By signing up you are agreeing to our [Privacy Policy](#).

Email Address [SIGN ME UP](#)

- orbitmedia.com

comparables

9.2
- footer

Et finalement, on afficherais votre logo et nom de compagnie et slogan pour completer une conception de "branding" simple mais mémorable .



- format.furniture



- solace-store.com

recommendations | 10



recommendations 10.1

- portfolio avec témoignages

"Le contenu généré par l'utilisateur (UGC) est un excellent moyen de générer une preuve sociale. Lorsque des clients potentiels verront que des personnes comme eux achètent régulièrement vos produits, ils se sentiront plus en confiance pour faire de même. Près de neuf consommateurs sur 10 (89 %) dans le monde font l'effort de lire les avis avant d'acheter des produits."

- <https://www-shopify>



- réduire les paniers abandonnés avec un compte client

Selon l'institut Baymard, 69,82% des paniers sont abandonnés.

Votre expérience sera plus interactive. La création d'un compte vous permet d'établir une relation plus significative et interactive avec le client. Donc, l'opportunité de créer un lien personnalisé.



proposition

- portfolio avec témoignages

11



comparables

- portfolio avec témoignages

11.1

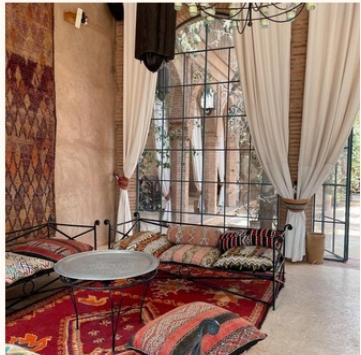
"Les avis, les photos Instagram et les témoignages sont d'excellents moyens de mettre en confiance les internautes qui hésitent à acheter vos produits. Ces éléments ajoutent de la crédibilité et facilitent les décisions d'achat."

- entreprises.moncommerceenligne.org

Au survol, l'adresse des media sociaux est mise en surbrillance et au click mène à Instagram (une platform qui met en valeurs les images, et élargie la connection avec votre public cible).

Le carousel est automatiser et placer dans la section du haut du footer. Au survol, le carroussel s'arrête et l'image s'agrandi. Au click, l'image avec le témoignage du client est dévoilé.

@BOHEMIADESIGN



New Baskets Footwear Homeware Accessories

@BOHEMIADESIGN



Exploring natural building techniques and earth architecture with
@wearebuildingbeyondborders
@bcarchitectsandstudies

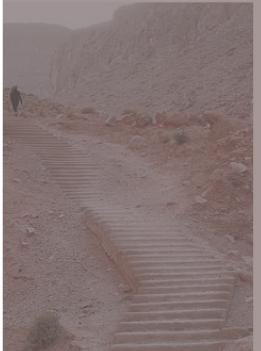
We journeyed to the south of Morocco and into the Marha desert plain near the oasis town of Erfoud to discover the land art of German artist Hannsjörg Voth.

The vast openness of the land and intense skies provide a suitably dramatic canvas for Voth's astounding existential and cosmic inspired sculptures ✨✨✨

1. Stairway to Heaven
2. City of Orion
3. Golden Spiral

BOHEMIADESIGN // INSTAGRAM // 01 MARCH 2023

f e t i %



proposition

- formulaires d'inscription

12



comparables

- formulaires d'inscription

12.1

"Afin d'augmenter la probabilité qu'un utilisateur remplisse un formulaire, il est recommandé de ne demander que les données qui vous sont utiles et/ou que vous pouvez traitées, ce qui permet d'avoir un formulaire avec uniquement les champs nécessaires."

Nom
Mariand

Prénom
Sophie

Adresse
Ex. 12 rue des fleurs

Code Postal et ville
Ex. 06600 Antibes

Numéro de téléphone
(+33) 08.20.20.20.20

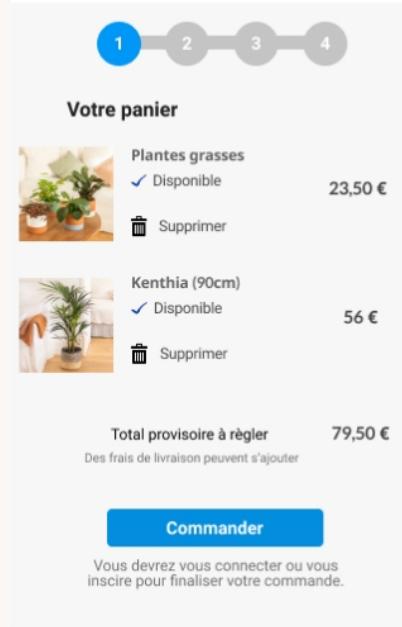
Adresse email
Ex. marie@mail.com

Numéro de dossier
645 Y65 7

Envoyer

"Des sections et des titres soigneusement choisis allègent votre formulaire et favorisent le passage à l'acte des utilisateurs."

- ludotic.com



"Une caractéristique incontournable de votre formulaire d'inscription est de s'inscrire via des comptes de médias sociaux. Cela réduit de près de 60% le travail des utilisateurs."

- websiteplanet.com

Create an Account

Sign up with your social media account or email address

f Facebook **t** Twitter **g** Google

or

Username

Email Address

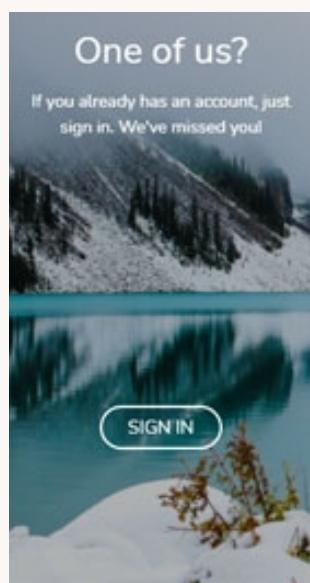
Password

Confirm Password

Sign Up

Pour rendre votre formulaire plus attractif, vous pouvez aussi choisir d'ajouter une image.

- graphiste.com



Sign Up

NAME

EMAIL

PASSWORD

CONFIRM PASSWORD

SIGN UP NOW

références

13



références

13.1

sites web

<https://www.mockplus.com/>
<https://www.orbitmedia.com/>
<https://www.hookagency.com/>
<https://www.mockplus.com/>
<https://www.themesdesign.in/>
<https://www.wordstream.com/>
<https://format.furniture/>
<https://www.karageorgiou.gr/>
<https://www.floydhome.com/>
<https://www.richads.com/blog/>
<https://www.oakywood.shop/>
<https://www.brunner-uk.com/>
<https://www.solace-store.com>
<https://www.batch.glass/>
<https://www.acestudiohouse.com/>
<https://www.bohemiadesign.co.uk/>
<https://www.entreprises.moncommerceenligne.org/>
<https://www.shopify.com>
<https://www.alvarotrigo.com>
<https://www.wordstream.com>
<https://www.mockplus.com>
<https://www.batch.glass>
<https://www.ludotic.com>
<https://www.websiteplanet.com>
<https://www.graphiste.com>
<https://www.ikea.com>
<https://www.optinmonster.com>
<https://www.chameleoncollective.com>
<https://www.aritic.com>
<https://www.mediaboom.com>

références

13.2

images

- Photo de ERIC MUFASA: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/deux-chaises-rembourrees-de-couleurs-assorties-pres-de-la-table-d-appoint-1350789/>
- Photo de Pixabay: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/homme-tenue-marteau-et-clou-reparation-sofa-279645/>
- Photo de Medhat Ayad: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/table-et-chaise rondes-en-bois-beige-et-marron-447592/>
- Photo de Maria Salazar: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/cadre-en-bois-brun-avec-lit-suspendu-matelas-blanc-entoure-d-herbe-verte-879010/>
- Photo de Pixabay: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/blue-rc-toy-car-a-cote-de-la-table-centrale-271805/>
- Photo de Victoria Akvarel : <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/design-d-interieur-1648771/>
- Photo de Donald Tong: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/canape-vacant-jaune-dans-le-salon-189295/>
- Photo de Pixabay: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/banc-en-bois-brun-pres-du-mur-279614/>
- Photo de Andrea Davis: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/lampe-de-sel-de-l-himalaya-pres-de-l-ordinateur-portable-sur-la-table-en-bois-3653849/>
- Photo de Max Rahubovskiy: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/creatif-verre-table-luxe-6143349/>
- Photo de Max Rahubovskiy: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/lumineux-hotel-lit-chambre-a-coucher-6480198/>
- Photo de DEBASISH SAMANTA: <https://www.pexels.com/fr-fr/photo/table-piece-meubles-etagères-14580881/>
- Photo by Pixabay: <https://www.pexels.com/photo/close-up-of-wooden-walls-248850/>
- Photo by Magda Ehlers: <https://www.pexels.com/photo/brown-map-on-map-2660262/>

icônes

www.flaticon.com