**Contraintes**

1. **Carte blanche créative et respect du fil conducteur**

* **Carte blanche créative:** Le client nous laisse une grande liberté de création pour le design et le contenu du site web. Cela signifie que nous pouvons proposer des idées innovantes et originales, tout en restant fidèles à l'identité de la marque et aux valeurs de l'entreprise.

1. **Public cible**

* Déterminer l'âge, le sexe, le lieu, les intérêts et les habitudes de consommation d'alcool du public cible.
* Comprendre les motivations et les comportements d'achat des clients potentiels.
* Adapter le design, le contenu et les fonctionnalités du site web aux besoins et aux préférences du public cible.

1. **Objectifs du site web**

* Augmenter les ventes de bière en ligne
* Fidéliser la clientèle et créer une communauté autour de la marque
* Recueillir des données sur les clients et leurs préférences
* Promouvoir la marque et l'image de l'entreprise

1. **Fonctionnalités du site web**

* Pages descriptives des produits avec des images de haute qualité, des descriptions détaillées et des informations sur les prix
* Panier d'achat sécurisé et processus de paiement
* Compte client pour gérer les commandes, les informations d'expédition et les préférences
* Avis et évaluations des clients pour aider les autres à faire des choix d'achat

1. **Exigences techniques**

* Le site web doit être réactif et s'adapter à tous les appareils, y compris les ordinateurs de bureau, les tablettes et les smartphones.
* Le site web doit être performant et se charger rapidement pour offrir une expérience utilisateur optimale.
* Le site web doit être sécurisé et protéger les données des clients.
* Le site web doit être facile à naviguer et à utiliser.
* Le site web doit être conforme aux réglementations en vigueur en matière de vente d'alcool en ligne.

1. **Contenu**

* Le contenu doit être informatif, engageant et pertinent pour le public cible.
* Le contenu doit inclure des descriptions détaillées des produits, des articles de blog sur la bière, des guides de dégustation et des informations sur l'histoire de la brasserie.
* Le contenu doit être optimisé pour les moteurs de recherche afin d'améliorer le référencement du site web.
* Le contenu doit être mis à jour régulièrement pour maintenir l'intérêt des visiteurs.

1. **Design**

* Le design doit être attrayant et refléter l'image de marque de la brasserie.
* Le design doit être clair et facile à naviguer.
* Le design doit utiliser des images et des vidéos de haute qualité.
* Le design doit être cohérent sur toutes les pages du site web.

1. **Marketing et promotion**

* Promouvoir le site web par le biais des réseaux sociaux, du marketing par e-mail, du référencement et de la publicité payante.
* Participer à des événements et à des festivals de bière pour faire connaître la marque et le site web.
* Collaborer avec des influenceurs et des blogueurs pour promouvoir les produits de la brasserie.
* Offrir des promotions et des remises pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les clients existants.

**En plus de ces contraintes générales, il est important de prendre en compte les besoins et les exigences spécifiques du client. Il est important de discuter avec le client de ses objectifs pour le site web et de s'assurer que le design final répond à ses attentes.**