Projet web : site e-commerce

Présentation du concept

**Présentation de l’entreprise**

Notre entreprise porte le nom de Ridin’. Ridin’ est une marque de skateboard et de roller. Ce nom est tiré mot anglais “*ride*”. Il peut signer chevaucher, ou alors dans le sens où vous prenez votre vélo, ou votre skateboard en l’occurrence, pour prendre la route. D’où le choix “riding”.

La marque a pour objectif de vendre planches de skateboard au design originales mais aussi, pour les personnes plus nostalgiques, des rollers. Des designs qui peuvent être réalisés par les designers de la marque mais aussi à d’autres moments en collaboration avec des artistes qui ont une renommée, petite ou grande, et qui souhaitent décliner leur travaux sur nos planches. Cela nous permet de proposer toujours plus de nouveautés à nos clients et en plus de faire découvrir de nouveaux artistes qui seraient susceptible d’intéresser des amateurs de glisse. Cela dit, notre produit principal de vente reste le skateboard, bien plus demandé que les rollers qui représentent qu’une partie minime de nos ventes.

En cible principale, nous visons des jeunes *riders*, entre 16 et 35 ans. Ce sont ceux qui utilisent le plus ces outils. Ces dernières années, le skateboard est revenu très fort dans les rues, certainement pour sa portabilité et son effet de style. C’est sur ce dernier point que nous cherchons à insister. L’effet de style est devenu un argument de poids lorsque l’on choisit un produit, surtout lorsqu’il fait parti de notre quotidien. Pour cette raison, nous nous attardons particulièrement sur les designs que nous proposons. Car le skate peut valoir autant qu’un vêtement que l’on porte. Ce sont des détails sur lesquels notre cible peut s’attarder particulièrement.

Bien que le roller ou le skate soient des disciplines sportives, ceux là sont seulement une cible secondaire. Ils nous intéressent car nous faisons de l’entretien de skateboard, en cas de problème nous sommes à même de réparer et comprendre les problèmes que rencontrent le client. Ce service permet de garantir aussi la qualité des produits que l’on vend, la marque ne doit pas être vu seulement comme étant des vendeurs de planches et de rollers au design originale mais aussi un gage de qualité pour les plus mordus de ces disciplines.

**Esthétisme de la page d’accueil**

Lorsque vous arrivez sur le site, les premières couleurs sont sombres, du noir, du gris et les couleurs du header sont teintés vers le gris. Le choix de ces couleurs s’apparente au code couleur du skateboard qui est souvent gris et noir mais aussi à la couleur du bitume. Ce sont des couleurs qui sont souvent utilisés par ailleurs par les sites de sneakers et de streetwear. Nous avons choisi ces couleurs pour entrer dans cette catégorie de site.

Le header, ou les headers, est composé de deux images. Une première qui est en fond et la seconde qui est par dessus. L’image de fond joue un rôle contexte. Elle met l’utilisateur dans l’environnement de la rue, qui est l’environnement dans lequel on fait du skateboard ou du roller. De plus, cet effet de double header dynamise la page d’accueil dès le départ.

Derrière, nous avons choisi une couleur plus forte qui est le violet. La couleur donne l’impression d’être très présente car l’image qui donne le ton est très grande. De plus, c’est intéressant d’avoir une couleur sombre mais coloré car il se marie bien avec d’autres couleurs plus fortes comme celles sur les produits présentés. A côté de cela il y a les produits. Nous voulons mettre en valeur un maximum le produit mais aussi le cadre dans lequel il a été pris car c’est souvent le cadre dans lequel le skater va évoluer, ça permet de visualiser dans son entièreté le produit qui vous intéresse. C’est pour cela que nous avons mis les produits en format paysage et les unes en-dessous des autres pour que l’utilisateur puisse bien apprécier le produit.

Pour les polices utilisées, Oswald est la police principale. Elle est très sobre et passe très bien à la fois pour les titres et les sous-titres. De plus, ses différentes épaisseurs apportent réellement quelque chose différent à chaque fois. Sur l’espace des produits, la police est utilisé avec son poids “léger”, seul le prix a une épaisseur plus importante. Cela donne un côté plus fin au card, moins chargé.

Pour la présentation du site, nous voulions présenter l’esprit du site par un petit paragraphe et deux images qui représentent bien ce qu’on veut véhiculer. Et cette fois la couleur est plus dirigée vers du bleu. Ca aurait pu être une autre couleur mais les images s’y prêtaient bien.