

Lucien Chastan

Thibault Romanin

Cyril Covin

Manuel Coffin

Présentent

Compte rendu du projet Iziski

Le webdesign au service de la promotion d'un produit innovant.



Réalisé par Crocodile Bronzé





Table des matières

Introduction	4
1 - Cahier des charges	5
1.1 - L'entreprise	5
1.2 - Le projet	5
1.2.1 - Objectifs et demandes	5
1.2.2 - Clientèle cible	6
1.2.3 - Solutions apportées	6
1.2.4 - Fonctionnalités.....	7
1.3 - La Charte Graphique	10
1.3.1 - Couleurs	10
1.3.2 - Typographie	11
1.3.3 - Logo	12
1.3.4 - Utilisation du logo.....	15
2 - La Conception	17
2.1 - Sketchs	17
2.2 - Wireframes.....	24
2.3 - Maquettes	29
3 - Proposition Avant-Projet	34
3.1 - Mise en situation.....	34
3.2 - Le Prototype	34
Conclusion	35



Introduction

Introduction

Ce document regroupe les travaux de recherches du groupe Crocodile Bronzé pour le projet demandé par l'entreprise Iziski. Ce dernier consiste en la conception d'une identité visuelle pour une entreprise naissante, ainsi qu'en la réalisation de plusieurs sites web répondant à différents besoins de l'entreprise. Ce projet a mis en avant une problématique récurrente des techniques de communication modernes : **Comment le webdesign est-il mis au service de la promotion d'un produit innovant ?**

C'est ce à quoi ce dossier essayera d'apporter des éléments de réponses en détaillant les étapes de la conception du projet, puis en présentant des prototypes des sites webs demandés pour le projet. Mais en premier lieu, sera présenté le cahier des charges, étape de réflexion indispensable à la bonne réalisation du projet.



1 - Cahier des charges

1.1 - L'entreprise

1 - Cahier des charges

1.1 - L'entreprise

Iziski est une entreprise gapençaise dont l'activité principale consiste à concevoir et vendre des skis démontables. Les créateurs de l'entreprise sont à l'origine du concept, mais ils confieront la fabrication de leur produit à des artisans spécialisés.

Le marché du ski étant très concurrentiel, Iziski devra mettre en avant ses spécificités, notamment via un site internet.

C'est dans ce contexte que l'agence web Crocodile Bronzé a été contactée pour la réalisation d'un site internet.

1.2 - Le projet

1.2.1 - Objectifs et demandes

En premier lieu, Iziski a formulé la demande d'une nouvelle identité visuelle, à la fois originale, impactante et cohérente. L'objectif est de refléter l'identité de l'entreprise au travers de ses différents support de communication. Un logo a donc été demandé, ainsi qu'un site web. Il a également été demandé (de manière facultative) des flyers pour faire la promotion des skis.

Avec un site internet, Iziski espère améliorer la visibilité de leur nouveau produit, mais également faciliter sa vente auprès des clients. Mais plus qu'un site de e-commerce, ils attendent une plateforme polyvalente, en lien avec une application mobile qui aurait pour but de renforcer le lien avec leurs clients. Cela s'inscrit dans une stratégie de fidélisation et de communication par le bouche à oreille.

En outre, l'entreprise souhaite faciliter les échanges entre les différents acteurs de la fabrication du ski. Des artisans aux vendeurs, ils désirent permettre une communication fluide et efficace à chaque étape de production.

Enfin, une des lignes directrice du projet est de donner confiance aux prospects vis à vis des skis Iziski. En effet, faire des skis démontables est innovant, mais comme toute innovation, cela sera considéré comme ridicule et dangereux avant d'être intégré dans les usages.



1 - Cahier des charges

1.2 - Le projet

1.2.2 - Clientèle cible

Iziski a réalisé une étude leur permettant d'identifier avec justesse leur clientèle. Ainsi, elle sera composée principalement de skieurs non réguliers, d'une tranche d'âge de 30 ans et plus, et de familles. Les supports de communication que nous allons réaliser seront donc adaptés pour cette clientèle.

1.2.3 - Solutions apportées

Afin de répondre au mieux aux attentes de Iziski, il a été décidé d'implémenter plusieurs modules, dont les fonctionnalités seront détaillés ci-après.

Tout d'abord, Iziski doit se doter d'une identité visuelle. Notre rôle sera donc d'établir une charte graphique qui permette d'identifier Iziski. Nous détaillons l'élaboration de cette charte plus loin dans ce document.

Concernant le site internet, la demande de Iziski est assez complexe, faire un simple site e-commerce one-page n'est pas une solution satisfaisante.

Afin de répondre au mieux à leur problématique, nous avons pensé à faire une grande plateforme divisée selon cinq axes.

Premièrement, il y aura un site de présentation de l'entreprise et de leur produit. Ce site sera constitué d'une seule page, c'est une solution très fréquemment employée pour présenter un produit ou une marque spécifique (cf. pages produits sur le site d'Apple, site de coca-cola, etc...). Cette page servira de point d'entrée à l'utilisateur, elle lui fournira les informations principales sur ce qu'est Iziski, l'objectif étant d'éduquer le marché. Elle doit volontairement rester simple à parcourir.

Deuxièmement, depuis le point d'entrée, l'utilisateur pourra accéder à la "boutique". Il s'agira d'un site de e-commerce assez classique. L'objectif ici est de permettre à l'utilisateur d'acheter des produits Iziski, ni plus, ni moins.

Troisièmement, il est prévu de réaliser une application mobile liée aux skis. En effet, il est envisageable de faire des skis Iziski des objets connectés, avec des capteurs qui fourniraient diverses informations. Dans ce cas, une application mobile sera développée pour permettre aux utilisateurs de voir leurs statistiques par exemple. Une partie de l'application sera dédiée à la communauté, les utilisateurs pourront s'en servir pour poster leurs exploits, ou bien voir en temps réel des informations issues d'autres skieurs. En outre, les données issues des skis connectés seront utilisées sur le site web. On pourra par exemple afficher des statistiques globales, ce qui aura pour effet de démontrer la fiabilité du produit.



1 - Cahier des charges

1.2 - Le projet

Quatrièmement, afin de permettre une administration des sites Iziski, il est nécessaire de développer une partie back-office. Cette partie sera composée d'une interface qui permettra à une personne novice en matière de développement web de modifier ou rédiger du contenu pour leur site. Un cas typique serait la modification des prix en période de solde par exemple.

Enfin, un second back-office est prévu pour permettre à Iziski de gérer au mieux leur entreprise. Cette partie permettra notamment d'avoir une vue d'ensemble des commandes, et servira de plateforme d'échange entre les différents acteurs du projet (les artisans et Iziski).

1.2.4 - Fonctionnalités

D'après les solutions présentées précédemment, nous listons ici les fonctionnalités et éléments à intégrer au projet.

Site internet e-commerce

- Vente de produit
- Stock disponible
- Délais de livraison estimé
- Paiement par carte, paypal, chèque
- Compte client
- Historique des commandes
- Parrainage pour remise
- Pour un achat de ski, un arbre planté (avec localisation de l'arbre)
- Mode de livraison (poste, drône, récupération en magasin...)
- Code promo
- Précommande

Backoffice «corporate» (intranet)

- Voir la liste des commandes
- Répondre aux clients qui nous contactent
- Créer un bon de commande numérique pour l'artisan
- Partie réservée à l'artisan pour gérer les commandes
- Infos internes de l'entreprise
- Voir l'état d'avancement de chaque commande



1 - Cahier des charges

1.2 - Le projet

Site internet vitrine	Évènements	
	Caractéristiques techniques des skis	
	Actualités	
	Responsive	
	Partenaires	
	Présentation des skis	
		Texte de présentation
		Présentation 3D interactive
		Galerie photos
		Vidéos
		Avis clients
	À propos de Iziski	
		Présentation de l'équipe
		Presse
		Carte (ateliers, points de vente, événements...)
	Évènements	
		Numéro vert
		Service après vente
		Chat en direct avec les meilleurs conseillers iziski
		Liens vers réseaux sociaux
	Footer	
		Logo crocodile bronzé
		Mentions légales
		FAQ
		Contact
		Liens utiles
Backoffice administration des sites	Ajouter/modifier du contenu (prix, photos...)	
	Voir les stats du site	
	Modérer les avis clients	
	Gérer le référencement	
	Synchronisation avec les réseaux sociaux	



1 - Cahier des charges

1.2 - Le projet

Application mobile	Température de la neige	
	Vitesse de pointe	
	Géolocalisation pour retrouver ses skis en cas de vol	
	Parcours effectué sur la journée/ séjour	
	Partage sur les réseaux sociaux	
	Base météo issue des skis	
	Dénivelé	
	Onglet communauté	Fil d'actualité avec les posts d'autres utilisateurs Base de donnée pour voir l'état de la neige des pistes alentours Voir les performances d'autres utilisateurs sur un segment Chat avec les utilisateurs proches
Flyers (facultatifs)	QR Code qui renvoie à l'évènement associé au flyers	
	Charte Graphique en accord avec le site	
	Invitation à un évènement en station, pour essayer le produit	



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :

1.3 - La Charte Graphique :

La charte graphique est un élément clef de la communication de l'entreprise. L'objectif était de déterminer un ensemble de règles graphiques qui desservent au mieux la communication de Iziski. De plus, ces règles doivent être cohérentes avec le secteur d'activité de l'entreprise, afin que les clients puissent facilement l'identifier par analogie avec d'autres entreprises du même secteur.

1.3.1 - Couleurs

À l'aide de moodboards et de nombreuses recherches, nous avons établi une palette de couleur à utiliser dans les supports de communication de Iziski. Il a été choisi d'utiliser 3 couleurs principales (déclinées sur 3 nuances chacune) : bleu, orange et blanc cassé.

Le bleu et le blanc sont souvent associés à des designs futuristes, car ils nous rappellent la pureté, la pureté (l'eau, la neige, le ciel...). Cette couleur est ainsi censée refléter la volonté d'innover de l'entreprise. En outre, il s'agit de deux couleurs "froides" (par opposition aux couleurs chaudes telles que le rouge, jaune... etc), ce qui semble parfaitement adapté à une entreprise de conception de skis. Le orange/marron quant à lui représente l'artisanat, avec une teinte qui évoque à la fois le bois et le feu. Utilisé à bon escient, le orange permet d'apporter une touche chaleureuse à l'interface, qui pourrait sembler trop austère.

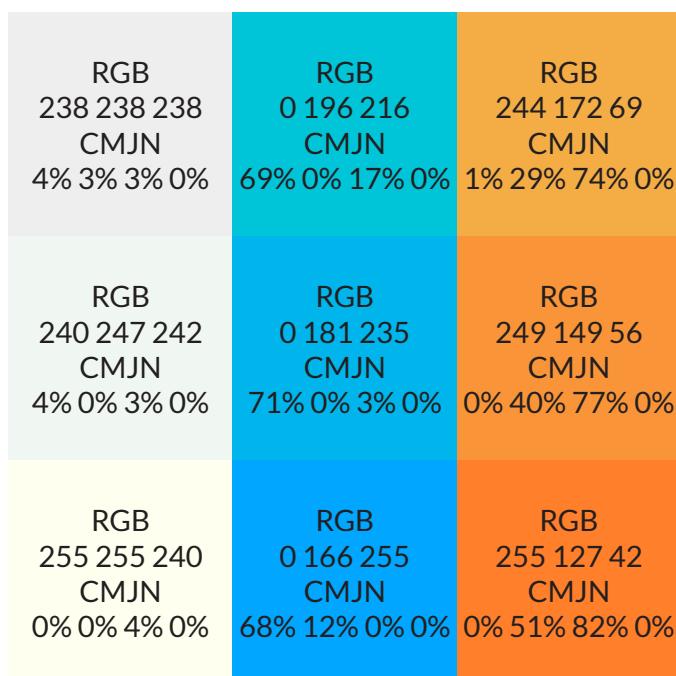


Figure 1. La palette de couleurs



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :

1.3.2 - Typographie

Plusieurs critères ont été appliqués afin de choisir la typographie la plus pertinente. Tout d'abord, il a été convenu de n'utiliser qu'une seule typographie à travers tous les supports, par souci de cohérence. La typographie devait, évidemment, être lisible, ce qui élimine toutes les typographies fantaisistes. Nous avons opté pour une typographie sans empattements, qui est plus adaptée aux titrages et à priori plus lisible sur écran. En effet, il n'y aura pas beaucoup de long paragraphes sur le projet, et la plupart des supports de communication seront sur écran (à l'exception des flyers). Une typographie avec empattements ne semble donc pas pertinente.

En outre, le fil directeur du projet est de donner confiance aux utilisateurs vis à vis du projet. Il était important de trouver une typographie qui inspire stabilité et confiance, mais également la simplicité. En effet, le public visé est composé essentiellement de novices en matière de ski, il est important d'insister sur la simplicité d'utilisation des skis.

Nous avons choisi la police "Gotham" comme point de départ, qui est très connue. Elle est notamment utilisée sur les encarts avant les bandes annonces dans les cinéma : "The following has been approved for...". Mais son cas d'utilisation le plus célèbre est sûrement l'affiche de campagne de Barack Obama en 2008, où elle était utilisée pour écrire "HOPE" sous le portrait du candidat. Cette typographie a donc fait ses preuves et reflète le sérieux de l'émetteur du message.

De nombreuses typographies similaires ont été testées (cf. Annexes), et c'est "Lato" qui s'est démarquée de toutes les autres. Cette typographie réussit à ne pas sembler grossière avec une graisse importante, et reste très facilement lisible avec une graisse plus légère. Elle est conviviale et inspire la simplicité en bas de casse, et suggère la stabilité et le sérieux dans sa forme capitale. Enfin, cette typographie est très intéressante pour Iziski, car certaines de ses lettres (le K notamment) possède des bords arrondis, dont la forme évoque celle d'un ski.

IZISKI



Figure 2. L'arrondi sur certaines lettres rappelle la forme d'un ski.



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :

1.3.3 - Logo

De nombreuses recherches ont été effectuées afin de réaliser un logo cohérent avec la charte graphique (cf. Annexes), et qui véhicule les valeurs et l'identité de l'entreprise. Nous souhaitions avant tout dessiner un logo qui transmet une image de confiance, qui fait transparaître l'innovation, et bien entendu qui évoque l'objet de Iziski, à savoir le ski et la modularité.

Nous avons tout d'abord cherché des logos d'entreprise dans le même secteur d'activité afin d'en comprendre les codes. Des logos d'autres entreprises du même secteur ont été analysés afin d'essayer de déterminer des signes récurrents. En effet, il est important d'être original, mais il faut également que des personnes puissent identifier la marque en la rapprochant (inconsciemment) avec des concurrents.



Figure 3. Des logos de marques de skis.

Puis, la recherche a été élargie aux logos de marques sportives, dont l'activité principale n'est pas forcément le ski.



Figure 4. Des logos de marques de sport.



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :

Enfin, nous avons puisé notre inspiration dans des logos n'ayant pas forcément de lien direct avec le ski, mais qui mettaient en scène le “champ lexical visuel” de la montagne.



Figure 5. Des logos de marques reprenant le champ lexical visuel de la montagne.

Ainsi est apparue une forte présence des couleurs rouge, bleu et blanc. En outre, la plupart des logos étaient uniquement typographique, avec des lettres en capitales, souvent italiques, ce qui évoque la vitesse et la robustesse notamment.

Nous avons donc essayé de nous approprier ces codes pour les réutiliser dans le logo.

Finalement, le logo est typographique et symbolique. Il est composé du mot “IZISKI” et d’une représentation stylisée d’une montagne.

Le “S” qui sépare la montagne en deux évoque à la fois une piste de ski, mais également l’emboîtement de deux pièces de puzzle. Comme évoqué précédemment, la typographie “Lato” inspire la stabilité, la robustesse, et le K rappelle très subtilement la forme d’un ski.

Le logo reste volontairement simple, sans trop d’effets. Seule une légère ombre vient accentuer la bordure gauche de la montagne, ce qui permet également de légèrement renforcer la séparation logique entre “Izi” et “Ski”. Ainsi, le logo reste lisible à petite comme à très grande échelle.

Grâce à sa simplicité, il est aisément déclinable en nuances de gris ou noir et blanc sans pour autant le dénaturer.

En outre, le logo est intemporel : nous n’utilisons pas un style graphique ou une typographie que l’on peut rattacher à une époque. Ainsi, nous pouvons assurer que ce logo restera efficace pendant plusieurs années.



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :



Figure 6. Le logotype de Iziski dans sa version finale.



Figure 7. Version condensée du logo.



Figure 8. Déclinaisons de couleurs du logo.



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :

1.3.4 - Utilisation du logo

Afin d'assurer une lisibilité optimale, certaines règles sont à respecter lors de l'utilisation du logo.

a) Zone de protection

La zone de protection définit un espace autour du logo. Rien ne doit se trouver dans cet espace.



*Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Maecenas vel ullamcorper nunc.
Nullam turpis augue, porttitor
in ornare sed, auctor eget dui.
Maecenas faucibus, nunc vitae
commodo vestibulum, purus mauris ornare tellus, eget vehicula quam*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas vel ullamcorper nunc. Nullam turpis augue, porttitor in ornare sed, auctor eget dui. Maecenas faucibus, nunc vitae commodo vestibulum, purus mauris ornare tellus, eget vehicula quam orci non nunc. Aenean scelerisque semper dignissim. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Integer nunc metus, consectetur ac nunc nec, consequat volutpat nunc. Donec justo tortor, dictum eget imperdiet sed, pellentesque quis velit. Mauris quis sem at



*Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Maecenas vel ullamcorper
nunc. Nullam turpis augue,
porttitor in ornare sed, auctor
eget dui. Maecenas faucibus,
nunc vitae commodo vestibu-
lum, purus mauris ornare tellus, eget vehicula quam orci non nunc.*



1 - Cahier des charges

1.3 - La Charte Graphique :

b) Taille et déformation

Le logo ne doit jamais être à une taille inférieure à 40x20 pixels. Le logo doit systématiquement être redimensionné proportionnellement sur les axes verticaux et horizontaux.



c) Couleurs

Plusieurs déclinaisons de couleurs ont été faites (cf. planche logo). Aucune autre couleur ne doit être utilisée.

Pour les versions monochrome, le ratio entre la couleur de fond et celle du logo doit respecter la norme WCAG 2.0. Le ratio doit donc être de 3 au minimum, mais il est recommandé d'avoir un ratio de 5. À noter que si le fond est texturé, prendre la couleur dominante pour calculer le ratio.

De manière générale, privilégier les versions monochromes avec les lettres remplies si le fond est texturé.

Ratio de 1.4



Ratio de 5.4





2 - La Conception

2.1 - Sketchs

2 - La Conception

La conception du projet se déroule en plusieurs étapes, et respecte scrupuleusement le cahier des charges.

2.1 - Sketchs

Dans un premier temps, plusieurs sketchs ont été conçus afin de déterminer de façon approximative le positionnement des différents éléments.

Tout d'abord, nous avons décidé de réunir les deux parties dédiées au backoffice en un seul site. Ce site sera probablement le plus complexe en terme de fonctionnalités, c'est pourquoi nous avons opté pour une organisation très simple, très fortement inspirée du "dashboard" qui sert à administrer certains sites de gestion de contenu tels que Wordpress. La barre de navigation de gauche permet de naviguer facilement entre les différentes parties, dont le contenu s'affichera dans la partie centrale du site.

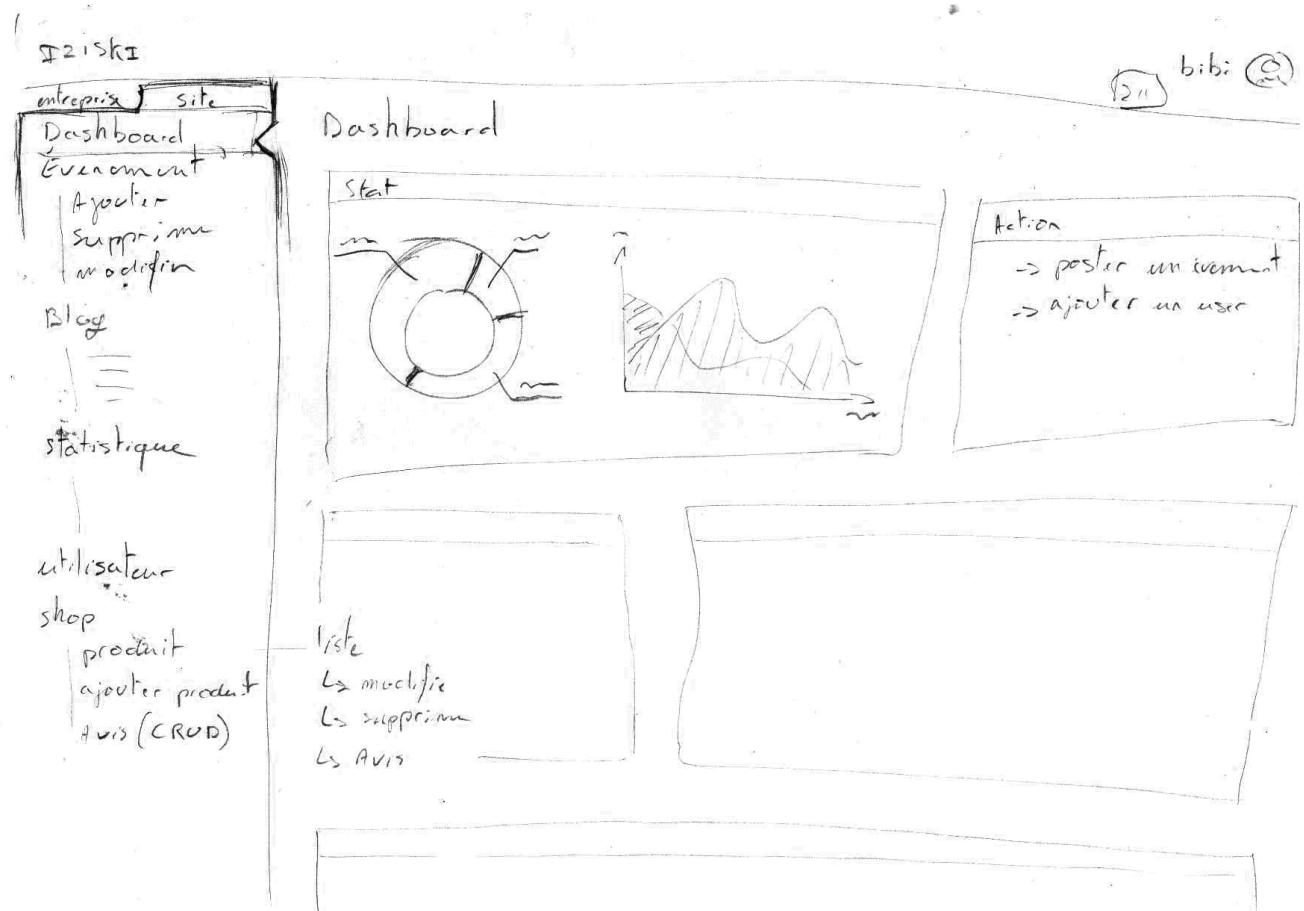


Figure 9. Sketch du backoffice, section «site».



2 - La Conception

2.1 - Sketchs

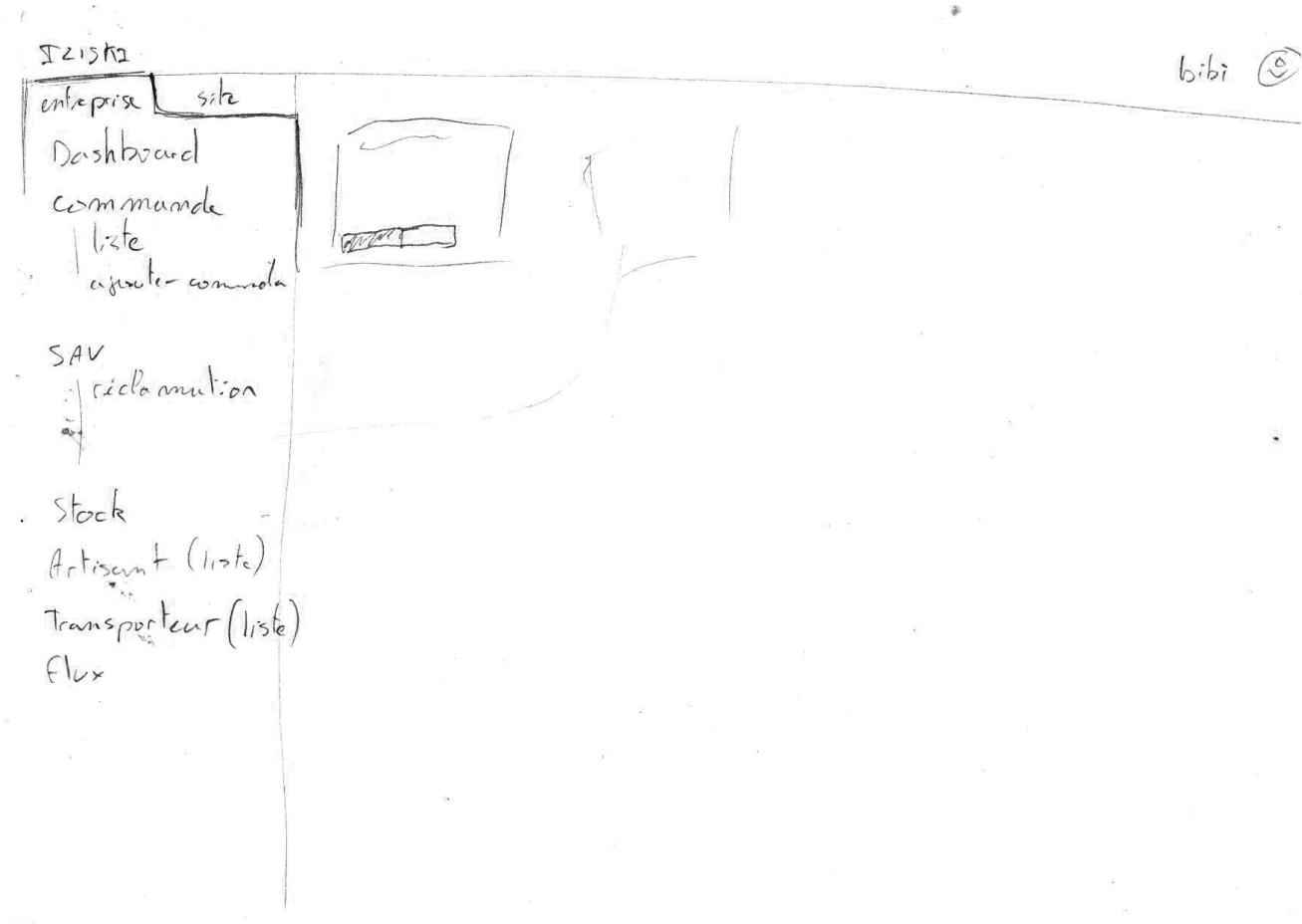


Figure 10. Sketch du backoffice, section «entreprise».



2 - La Conception

2.1 - Sketchs

Concernant la boutique, elle sera volontairement très simple. Iziski étant une petite entreprise, elle ne proposera que peu de produits, il sera donc possible de tous les afficher ensemble. Un simple système de filtre permettra de n'afficher que certaines catégories de produits (skis, accessoires, etc...). Afin de garder une navigation très fluide, cliquer sur un produit affichera ses détails directement dans la page, sans chargement d'une nouvelle page web.

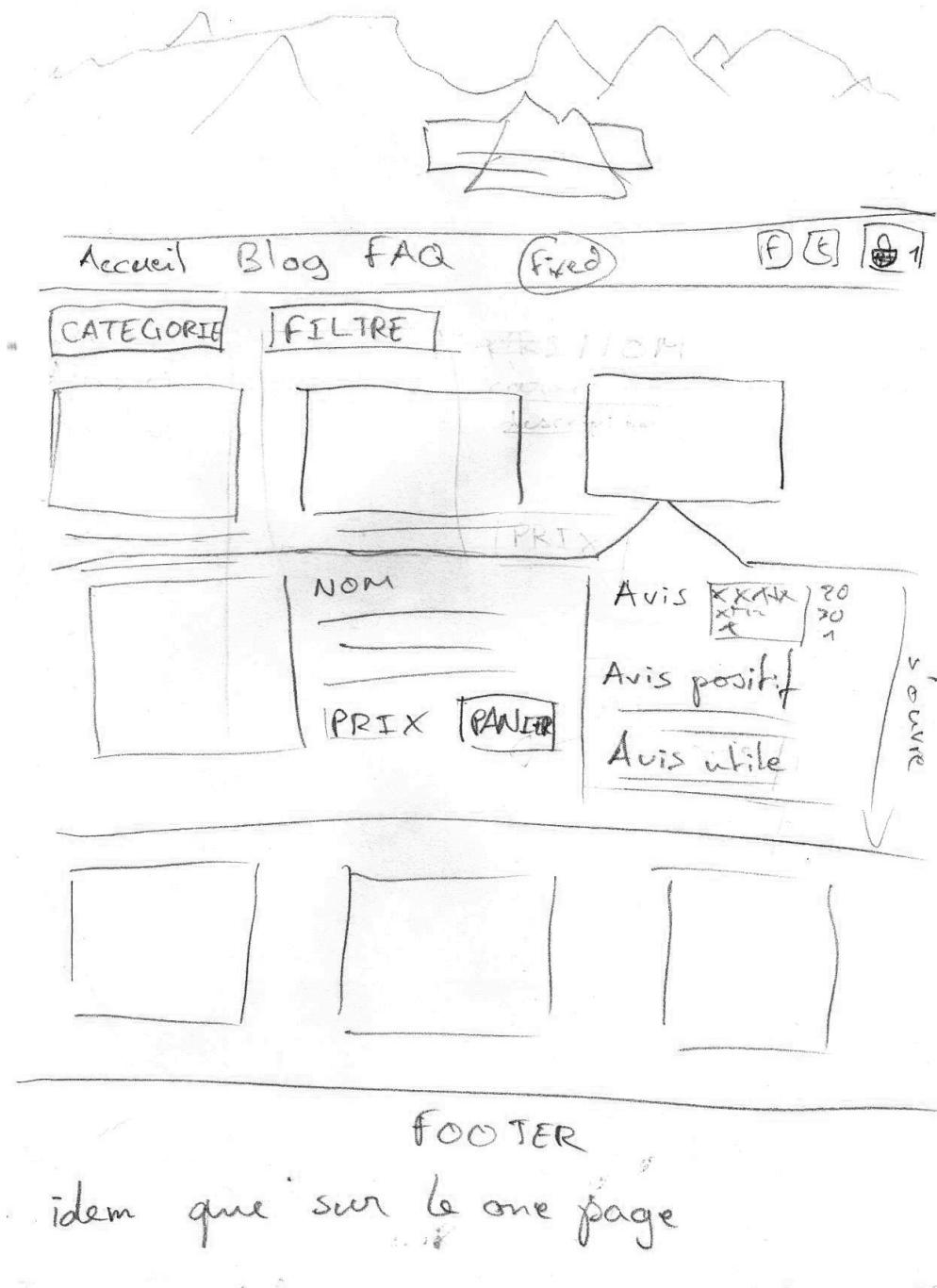


Figure 11. Sketch du site e-commerce.



2 - La Conception

2.1 - Sketchs

L'application mobile sera fortement inspirée d'applications de sport, notamment celles dédiées à la course à pied. Plusieurs panneaux seront accessibles via un menu de navigation en bas de l'écran. Chaque écran affichera des informations différentes : des informations globales, des statistiques détaillées, des informations de la communauté, et un écran sera réservé à la gestion des paramètres.

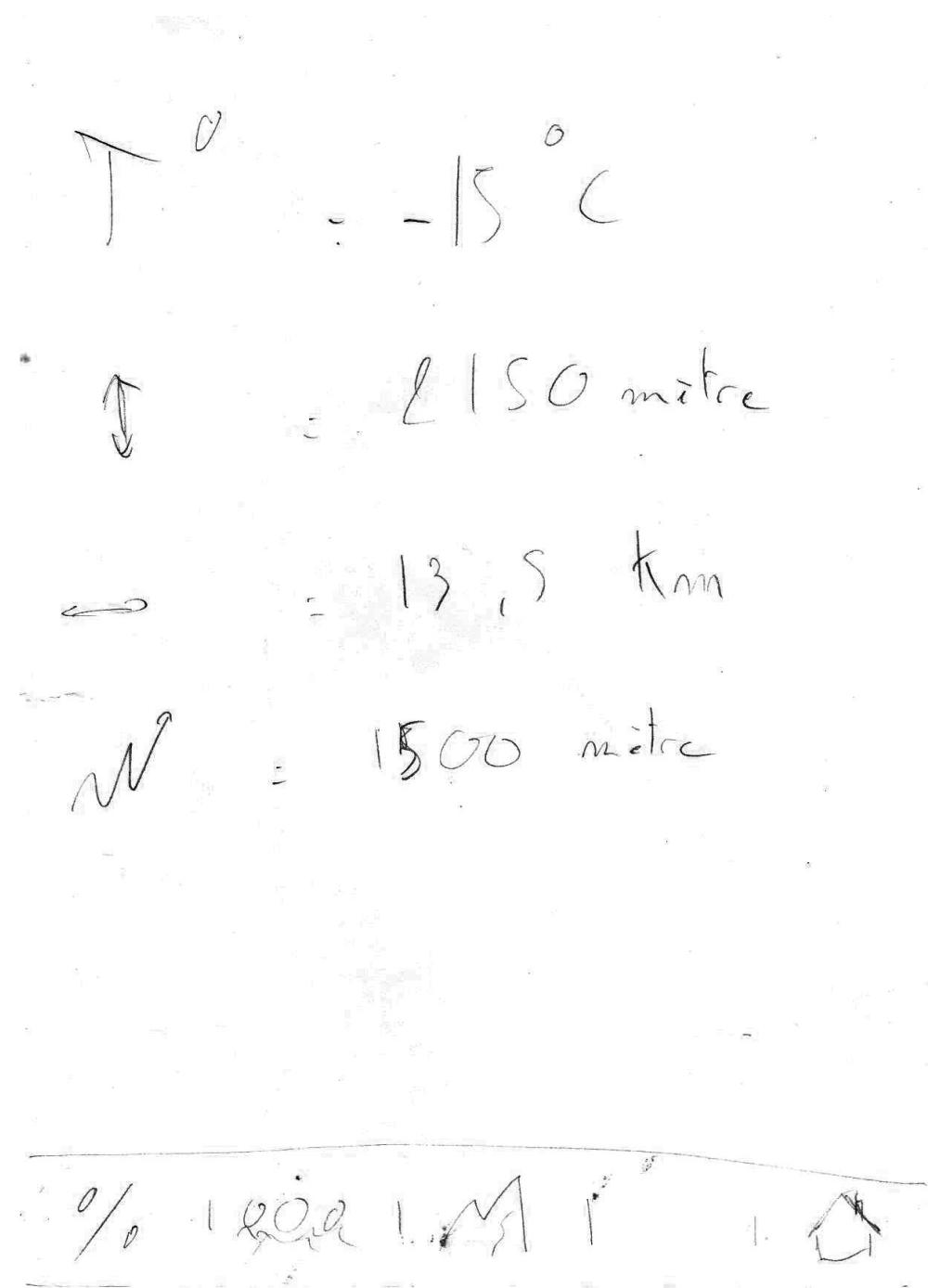


Figure 12. Sketch de l'application mobile.



2 - La Conception

2.1 - Sketchs

Pour finir, le site dédié à la présentation des skis sera sous la forme d'un "one-page" (une seule page) car cette forme de présentation est efficace pour présenter un produit. Les trois premières sections présenteront les skis. Suivra une rapide présentation de l'entreprise, ainsi que les évènements à venir. Enfin, une courte description invitera le lecteur à soutenir l'entreprise sur kickstarter.

La navigation est donc simple et logique, la technique ici doit s'effacer au profit de l'habillage graphique qui, lui, devra capter l'attention des visiteurs.

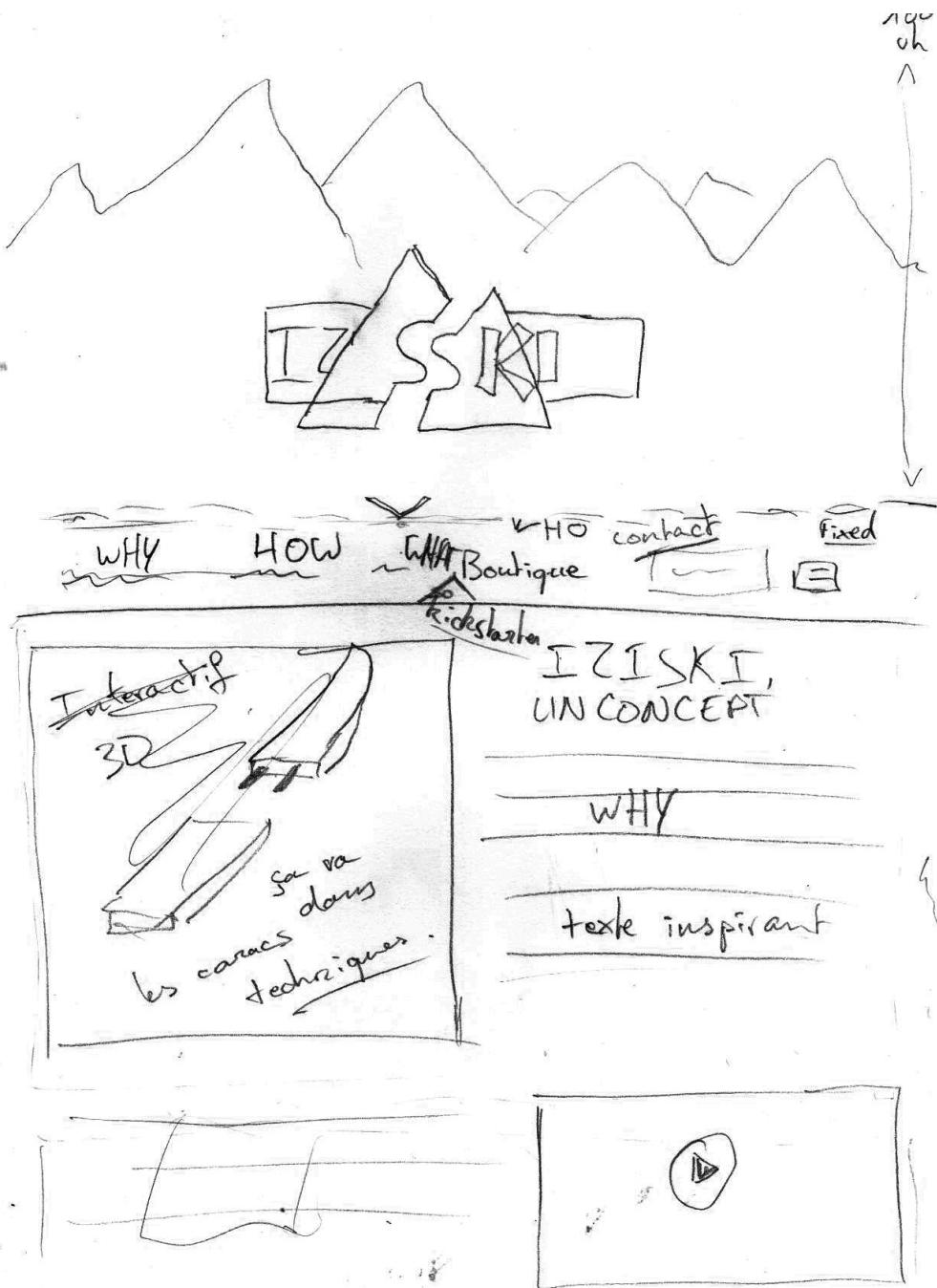


Figure 13. Sketch du site vitrine (1/3)



2 - La Conception

2.1 - Sketchs

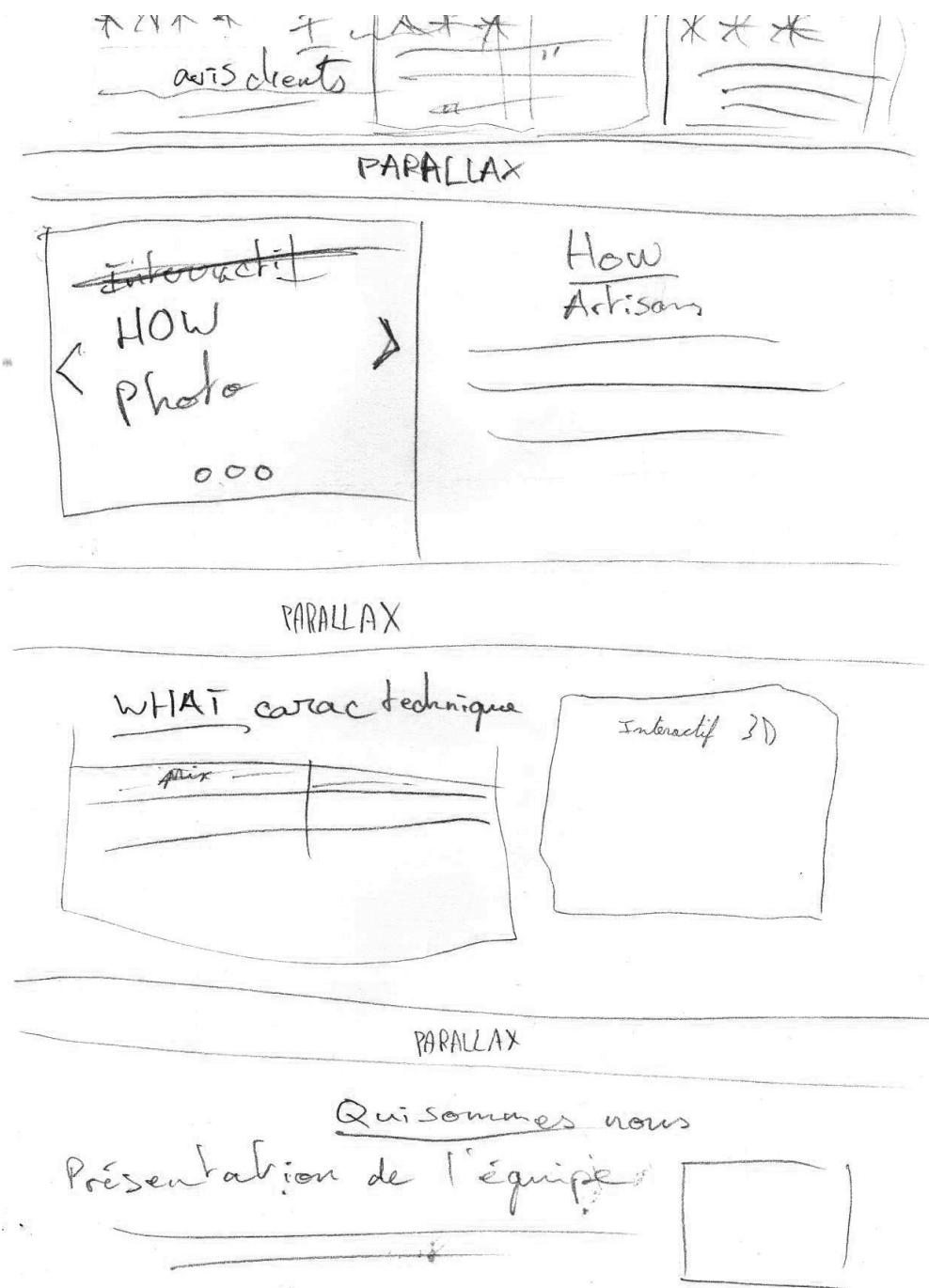
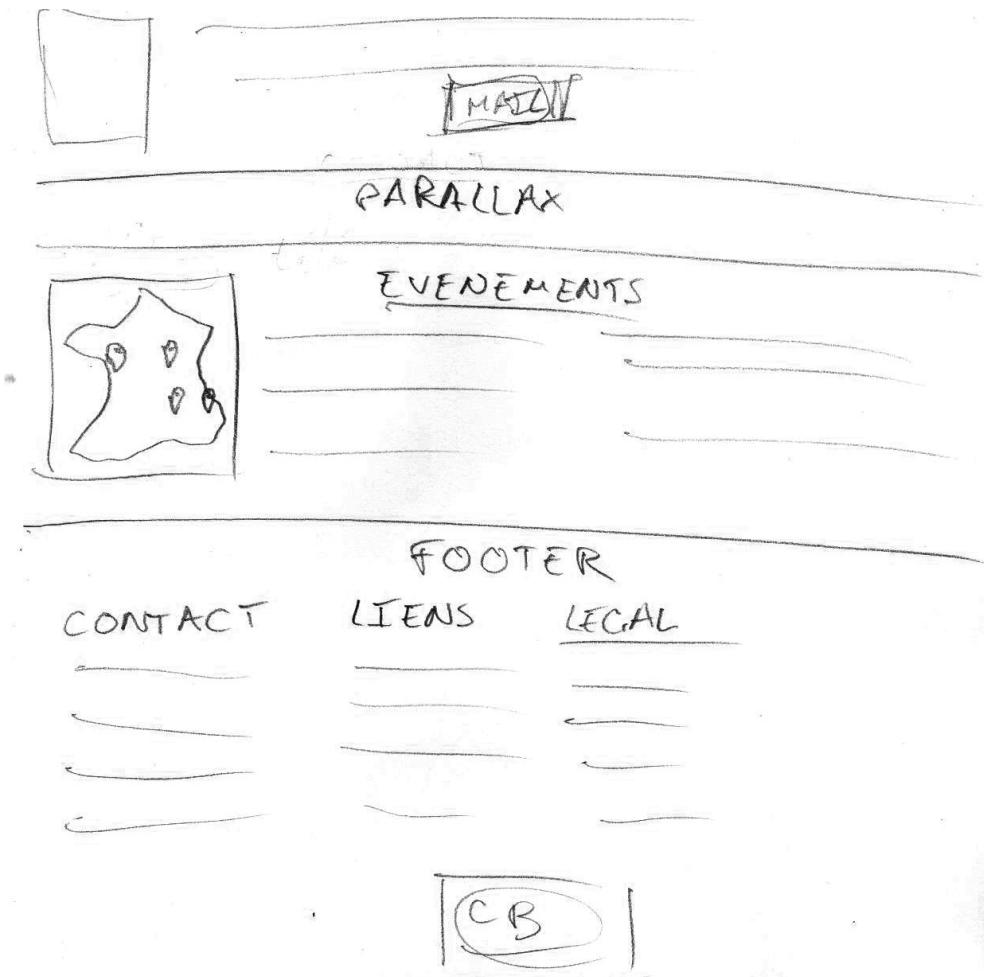


Figure 14. Sketch du site vitrine (2/3)



2 - La Conception

2.1 - Sketchs



Logo above the fold en parallax qui passe
derrière la montagne.

Figure 15. Sketch du site vitrine (3/3)



2 - La Conception

2.2 - Wireframes

2.2 - Wireframes

Les wireframe sont une version plus détaillée des sketchs, sur lesquelles nous ne nous attardons pas sur l'esthétique, et qui servent à organiser de manière précise les éléments sur chaque page.

Pour chaque wireframe, nous avons adopté une grille en douze colonnes afin de disposer les éléments.

Ce type d'organisation a fait ses preuves en terme d'ergonomie (la plupart des frameworks CSS implémentent ce type de grille), le choix était donc assez naturel.

L'objectif au travers des pages était de créer une harmonie, des éléments mal alignés, ou disposés sans réelle règle pourrait nuire à l'image de stabilité que veut véhiculer Iziski.

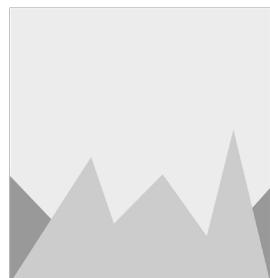


Figure 16. Wireframe de l'application mobile.



2 - La Conception

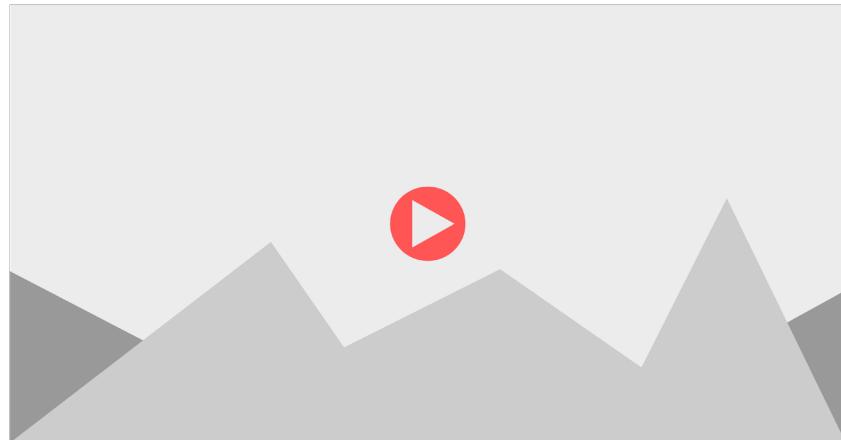
2.2 - Wireframes



Le concept

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis.

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis les années



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard

Figure 17. Wireframe du site vitrine (1/2)



2 - La Conception

2.2 - Wireframes

L'Artisanat

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis.



Vue Interactive 3D

Les Skis

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis.

Caractéristiques techniques :

Speed	★★★★★
Friction	★
Weight	★★
Resistance	★★★★★
Stability	★★★★★

Iziski, c'est qui ?

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis.

Nous contacter : iziski-contact@mail.com

Évènements

13 Décembre
Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de

17 Décembre
Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de

Contact
Du lundi au vendredi
Téléphone : 02.35.63.36.36
Mail : contact@mail.com

Nous retrouver


Liens
[Portail Iziski](#)
[Blog](#)
[FAQ](#)

Mentions légales
Copyright - 2016
Site réalisé par:

CROCODILE

Figure 18. Wireframe du site vitrine (2/2)



2 - La Conception

2.2 - Wireframes

The wireframe illustrates the layout of an e-commerce website for IZISKI. At the top, there is a header bar featuring the IZISKI logo, a search bar, and a shopping cart icon. Below the header, a navigation bar includes tabs for "Tout", "Skis" (which is currently selected), "Accessoires", and "Extras". The main content area displays a product detail page for a ski. The page includes a large image of the ski, the product name "Nom du produit", a detailed description of the product, the price "249€", and a "Ajouter au panier" button. To the right of the product details, there are four customer reviews, each consisting of a star rating and a short text snippet. Below the product detail page, there are two rows of eight smaller product thumbnails each. The footer section contains four columns: "Contact" (with information about opening hours, phone number, and email, along with social media links for Facebook and Twitter), "Nous retrouver" (with a map showing the location of the store), "Liens" (with links to the IZISKI portal, blog, and FAQ), and "Mentions légales" (with copyright information and a logo for "CROCODILE BRONZE").

Figure 19. Wireframe du site e-commerce.



2 - La Conception

2.2 - Wireframes

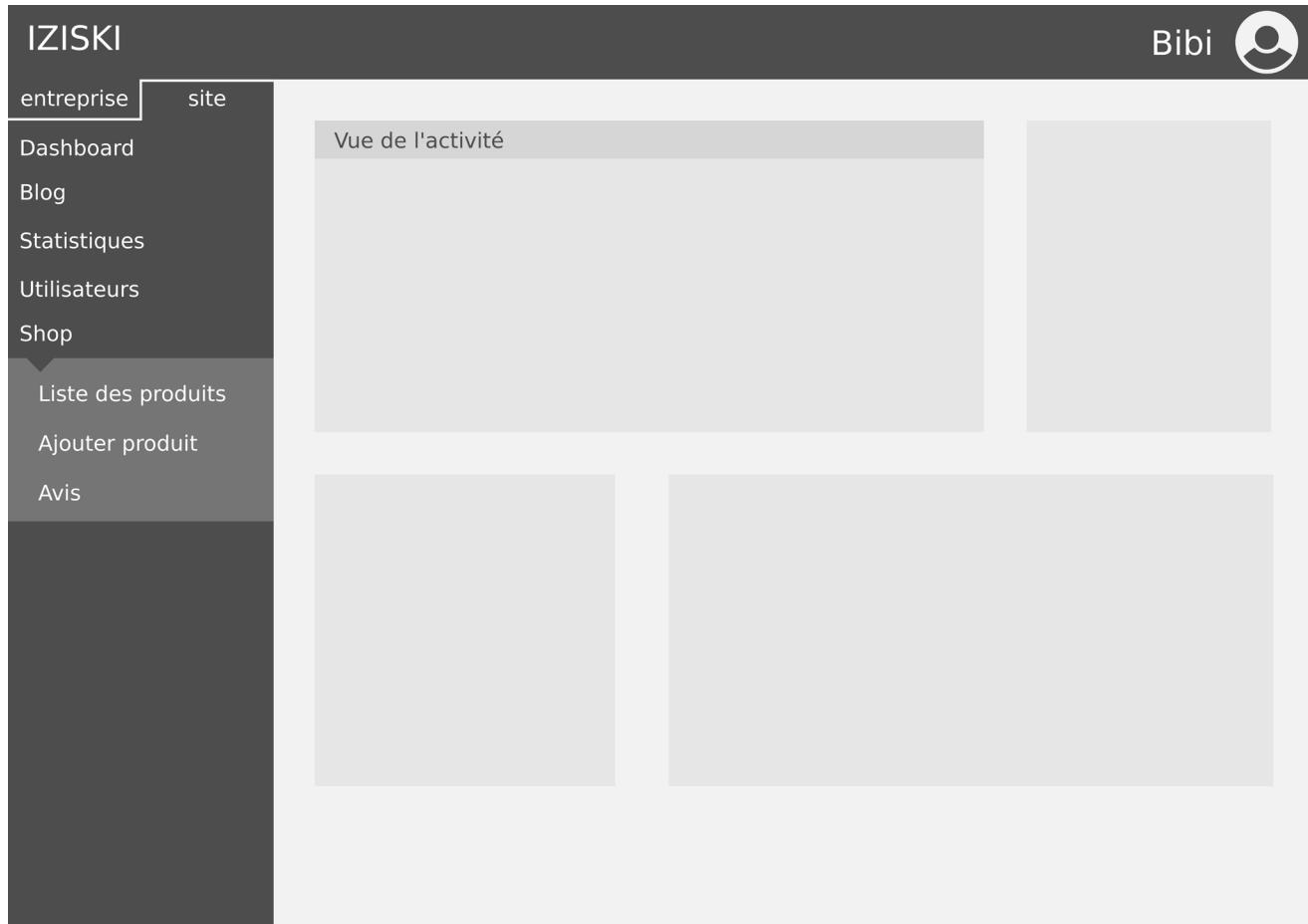


Figure 20. Wireframe du backoffice.



2 - La Conception

2.3 - Maquettes

2.3 - Maquettes

Les maquettes sont réalisées à partir du wireframe afin d'obtenir un rendu fidèle, mais non fonctionnel de ce que sera l'application. Cette étape est très importante, d'une part car elle facilite grandement le travail d'intégration, mais aussi parce qu'elle nous a permis de mettre en évidence des agencements qui semblaient pertinents sur le wireframe, mais qui se sont avérés inefficaces en situation réelle.

Nous avons bien entendu suivi la charte graphique afin d'avoir des maquettes cohérentes entre elles.

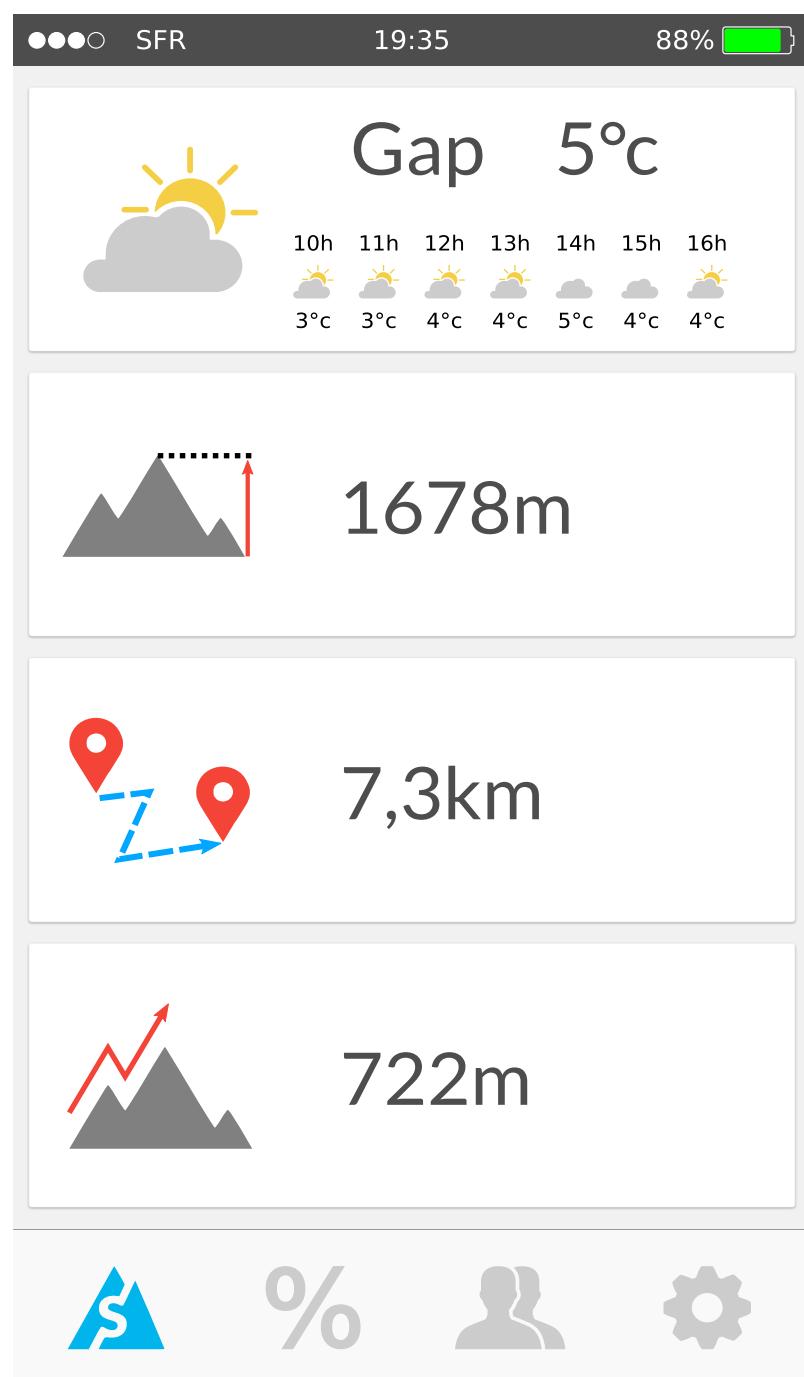


Figure 21. Maquette de l'application mobile.



2 - La Conception

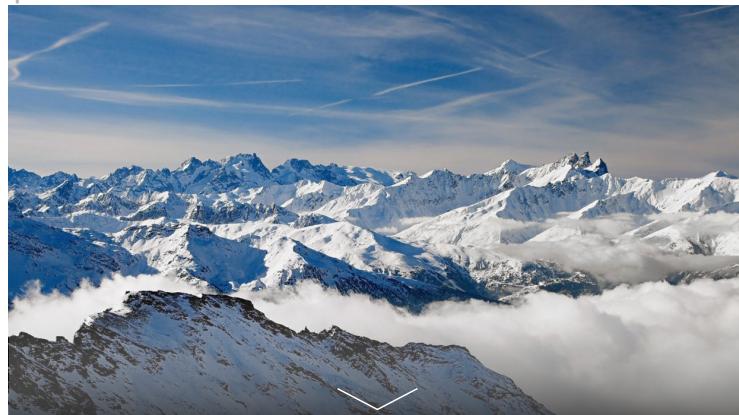
2.3 - Maquettes

Figure 22. Maquette du site e-commerce.

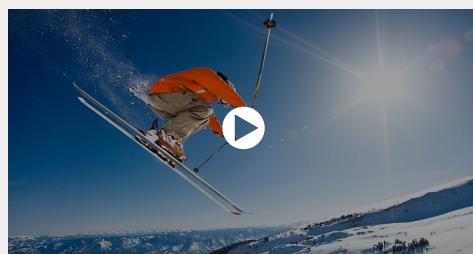


2 - La Conception

2.3 - Maquettes



Un Concept



Un gain d'espace pour un gain de temps.

Portez vos skis facilement dans un sac adapté que nous vous fournissons.
Vous pourrez enfin grimper en station sans être encadré, puis les ranger chez vous sans vous soucier de la place qu'ils prennent !

La qualité au service de l'innovation.

Parce que l'innovation n'est pour nous pas une option, Iziski est une révolution pour le monde du ski. Et parce que le bien-être des skieurs nous importe, nous misons sur une qualité sans faille.

Ce qu'ils pensent de nous



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard

L'Artisanat

Une qualité hors du commun.

Chaque paire est travaillée à la main dans la plus grande délicatesse par un artisan français.
Profitez d'une parfaite alchimie entre praticité et confortabilité.

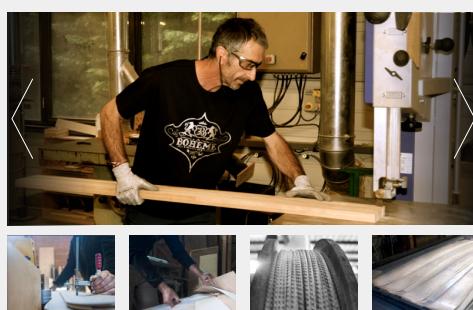


Figure 23. Maquette du site vitrine (1/3)



2 - La Conception

2.3 - Maquettes

Les Skis

Le renouveau du ski :

Assurez-vous d'être à la pointe de la technologie ! Nous vous garantissons la même sécurité qu'un ski classique. Le Iziski se sépare entre les fixations et l'endroit où le pied vient se poser. La partie arrière s'emborde dans la partie avant.

[Acheter >](#)



Caractéristiques techniques :



Poids	2,423kg
Longueur	de 1,30m à 2,05m
Rayon	5,4m
Module de Young	12,5N/m ²
Type de Neige	Profonde
Matériaux	Bois et Aluminium E6900

Iziski, c'est qui ?



Présentation de l'équipe :

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis.

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la

Nous contacter : iziski-contact@mail.com

Événements

17 Décembre

Foire du ski

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum

13 Décembre

Test Party

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum

17 Décembre

Outdoor festival

Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum



Nous soutenir



Le Lorem Ipsum est simplement du faux texte employé dans la composition et la mise en page avant impression. Le Lorem Ipsum est le faux texte standard de l'imprimerie depuis.

56%

Soutenez-nous sur [Kickstarter >](#)

Figure 24. Maquette du site vitrine (2/3)



2 - La Conception

2.3 - Maquettes

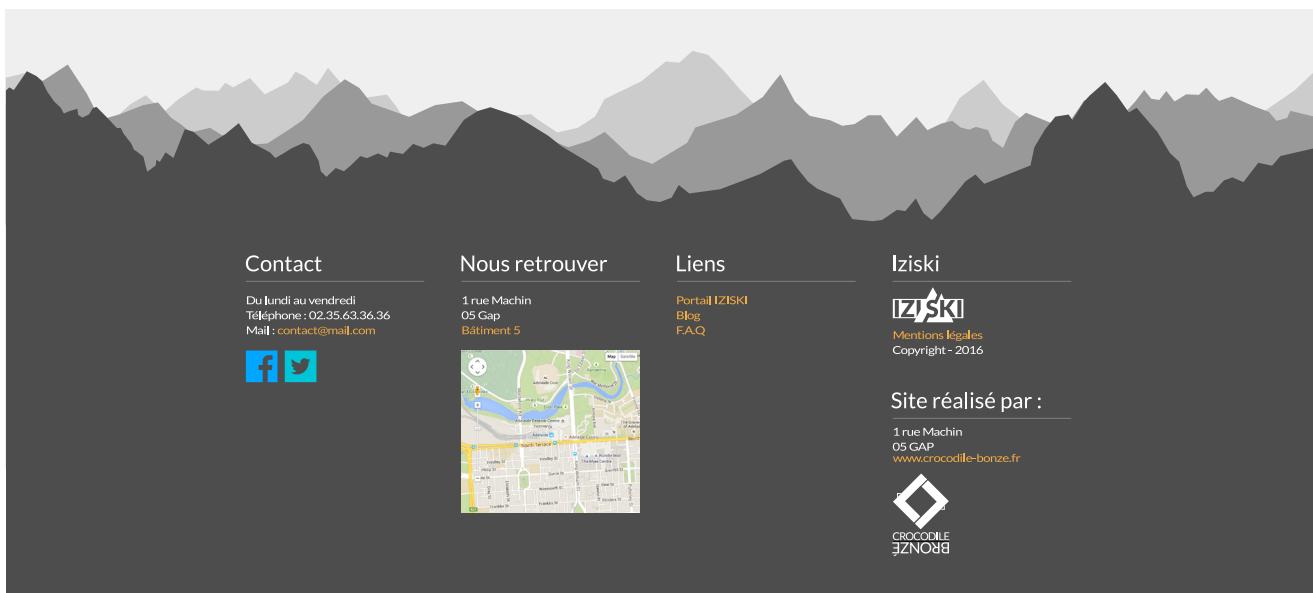


Figure 25. Maquette du site vitrine, le footer uniquement (3/3)

Vue de l'activité

Cette semaine :
523 visiteurs 12 ventes +1.36% de progression

Activité éditorial

Lucien - 05/15/2017 : 17h12
à modifier le contenu de l'article : nouvel événement

Lucien - 05/15/2017 : 17h12
à modifier le contenu de l'article : nouvel événement

Lucien - 05/15/2017 : 17h12
à modifier le contenu de l'article : nouvel événement

Dernier avis sur les produits

Jean-jack 10/12/2017 ★★★★
titre : ifjkze dopde ddpoad dffzeopf
blabla oapzd ioad azoind aoiayedj e,ze zeoikd d
dopzed dddaa

Fred 10/12/2017 ★
titre : rijd opkd jof fe oskd,f !!
blabla oapzd ioad azoind aoiayedj e,ze zeoikd d
dopzed dddaa

Figure 26. Maquette du backoffice.



3 - Proposition Avant-Projet

3.1 - Mise en situation

3 - Proposition Avant-Projet

3.1 - Mise en situation

Le logo choisi a été mis en situation afin de vérifier sa bonne intégration sur des produits réels. D'autres mises en situations sont présentées en annexes.



Figure 27. Un mug Iziski.



Figure 28. Un sweat-shirt Iziski.

3.2 - Le Prototype

Nous ne présentons pas ici des captures d'écran des prototypes, en effet ils sont très proches des maquettes, même si des modifications minimes ont pu être apportées pour diverses raisons. L'intérêt des prototypes étant avant tout leur interactivité, nous vous invitons à les consulter en ligne à cette adresse : <https://manuel.miw.ovh/iziski>.

Les sources des sites sont également disponible sur Github : <https://github.com/manucoffin/iziski>.



Conclusion

3.2 - Le Prototype

Conclusion

Tout d'abord, il est important de noter que certaines fonctionnalités inscrites dans le cahier des charges ne sont pas présentes dans les prototypes, il s'agit là d'une première itération, l'application sera complétée au fur et à mesure du développement.

Par ailleurs, ces premiers prototypes répondent à la problématique d'éduquer le marché aux produits Iziski.

D'une part, la charte graphique a été pensée pour mettre en confiance les prospects, en utilisant des codes graphiques éprouvés.

D'autre part, des techniques de webdesign telles que l'utilisation de grilles ont été également employées afin d'organiser au mieux les données, et de refléter le professionnalisme de l'entreprise.

De plus, chaque site web a été organisé de la manière la plus ergonomique possible pour éviter à l'utilisateur d'être confus ou de subir une quelconque surcharge cognitive.

Le backoffice est un peu à part, puisqu'il n'a pas pour but direct de faire la promotion des skis. En revanche, il a été pensé pour aider l'organisation de l'entreprise et donc de manière indirecte la qualité de service de Iziski.