

www.isl.be



INSTITUT SAINT-LAURENT
enseignement de promotion sociale

rue Saint-Laurent 33 - 4000 LIEGE
04 223 11 31

Titre du travail de fin d'études

Liège, le 19 / 09 / 2020

Travail de fin d'études présenté par

Alsatouf Yousef

En vue de l'obtention du brevet de
l'enseignement supérieur de

WebDeveloper

Enseignement supérieur économique de
promotion sociale et de type court

1. INTRODUCTION

Depuis nos débuts il y a 25 ans, nous nous demandons « et après ? ». Nous travaillons sans relâche à vous proposer des produits innovants et à être à la pointe de la nutrition sportive. C'est ainsi que nous sommes devenus une marque internationale dans laquelle nombre de fans placent leur confiance pour leurs objectifs santé.

Nous sommes persuadés que l'union fait la force. C'est pourquoi nous avons décidé en 2017 de nous associer à Glanbia Performance Nutrition (GPN), leader de l'industrie de la nutrition de performance, connu pour des marques de premier plan comme Optimum Nutrition, Slimfast, and BSN.

Que vous cherchiez à soutenir vos entraînements avec des boosters de performance de haute qualité, à atteindre vos objectifs de poids avec les aliments, en-cas et compléments appropriés ou tout simplement à vous sentir en forme et en bonne santé, nos produits sont là pour vous y aider.

C'est pourquoi il est important pour la société SportClub de faciliter l'expérience client en proposant un catalogue en ligne, un service de commande, un système de paiement sécurisé ainsi qu'une livraison rapide.

Le e-commerce est une révolution pour la consommation, il apporte aux consommateurs un mode d'achat différent.

De nombreux sites font fortune, les acheteurs sont plus nombreux ; malgré cela, le commerce traditionnel subsiste. Tous les consommateurs n'achètent pas en ligne ; d'ailleurs, tout cyber-consommateur non plus. Le e-commerce, dès son arrivée, a amené une particularité qui lui est propre et a très vite changé les modes de consommation.

Certains achats se font différemment au fil des années. Dans le domaine du tourisme par exemple, il est très simple d'acheter un voyage ; les outils techniques se sont multipliés et les achats en magasin se font plus rares.

Le fait aussi de pouvoir comparer facilement a vite incité le consommateur à se tourner vers l'internet. D'autres produits sont d'ailleurs impossibles à trouver en magasins.

Le commerce traditionnel reste cependant un mode de consommation important.

Ainsi, les achats alimentaires se font encore majoritairement en grande surface. Les voitures aussi s'achètent directement dans les garages.

Pourquoi ? Le fait d'avoir un spécialiste pour conseiller le consommateur peut le rassurer. Le fait aussi de pouvoir disposer de son produit immédiatement. Sur internet, postposer la jouissance de l'achat peut provoquer une certaine crainte quant à la fiabilité du produit. Ces deux éléments freinent le passage à l'achat par internet.

Le e-commerce a permis aux Français d'acheter sans bouger de chez eux ; ils consomment ainsi moins d'essence. Ils ont également plus de choix. Ils peuvent mieux comparer les prix, les produits eux-mêmes. Enfin, l'achat est accessible à tout moment, quelle que soit l'heure ou le jour.

On se rend compte que chaque mode de consommation amène à se positionner différemment pour vendre et livrer son produit.

Aucun mode de consommation n'est préférable à l'autre : on dirait plutôt que le e-commerce et le commerce traditionnel sont complémentaires. Le e-commerce peut apporter au commerce traditionnel beaucoup d'avantages, mais aussi beaucoup d'inconvénients, ce qui explique que certains achats continuent à se faire traditionnellement.

Ces deux modes d'achat sont complémentaires et le resteront, si l'offre de l'e-commerce reste telle qu'elle est aujourd'hui.

2. DESCRIPTION DU SITE

2.1. Thème et brève description

Un site internet pour vendre des produits de sport et de bien-être peut aider le client et booster l'achat en ligne.

Les technologies utilisées pour créer le site de SPORTClub sont : Laravel, jQuery, Javascript, Sass, Bootstrap, Blade, WebPack, Git.

Le site est déployé sur le serveur d'Heroku.

Pour acheter sur le site de SPORTClub et découvrir nos produits en ligne, nous proposons plusieurs approches. Le client peut demander une catégorie spécifique et voir tous les produits, il peut aussi utiliser le système de recherche, celui-ci permet aux clients de chercher un produit désiré.

En sélectionnant un produit, toutes les explications disponibles sur ce produit s'affichent d'une manière agréable et facile de comprendre.

Les formulaires en général ont les mêmes règles de validation via les deux parties front-end en utilisant Bootstrap et jQuery, et backend.

Chaque page du site a son propre rôle et sa propre fonctionnalité. Le site de la société SPORTClub se divise comme suit :

1. Header et Footer

Header et Footer sont des titres qu'on peut trouver dans tout le site et auxquels on peut accéder à tout instant.

L'accès à Header est simple ; on peut y trouver le logo de la société SPORTClub à gauche. En cliquant sur le logo, le site va diriger vers la page d'accueil.

Une recherche sur le nom du produit est possible partout dans Header et visible au milieu de Header.

Le menu est divisé en deux parties : une partie, à droite, contient la connexion et l'inscription sur le site, ainsi qu'un menu roulant pour sélectionner la langue ; une autre partie, au milieu de Header, contient un menu avec les pages d'accueil, de vente et de contact.

Cette partie est différente selon le niveau d'utilisateur connecté au site.

Pour l'admin et l'acteur, il aura l'espace administrative pour gérer les différentes parties de site.

Pour l'utilisateur, header contient un menu de dropdown pour le profil et un autre pour le panier.

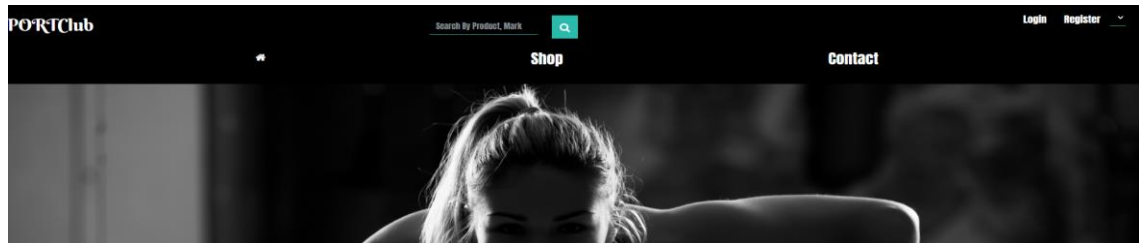
Plus loin dans ce travail, chaque partie du menu est décrite plus en détails.

Footer ressemble beaucoup à Header. Il se décline en trois parties.

La première partie, à gauche, expose les droits réservés à la société SPORTClub.

La deuxième partie, au milieu, contient le menu. C'est le même que dans Header.

La troisième et dernière partie, à droite, permet de se diriger vers le haut du site en poussant sur un bouton.



2. Page d'accueil

Grâce au lien /, on peut avoir une vue globale du site. La page d'accueil contient un slider qui illustre les motivations des sportifs et explique les avantages des produits en termes de bien-être pour le sportif.

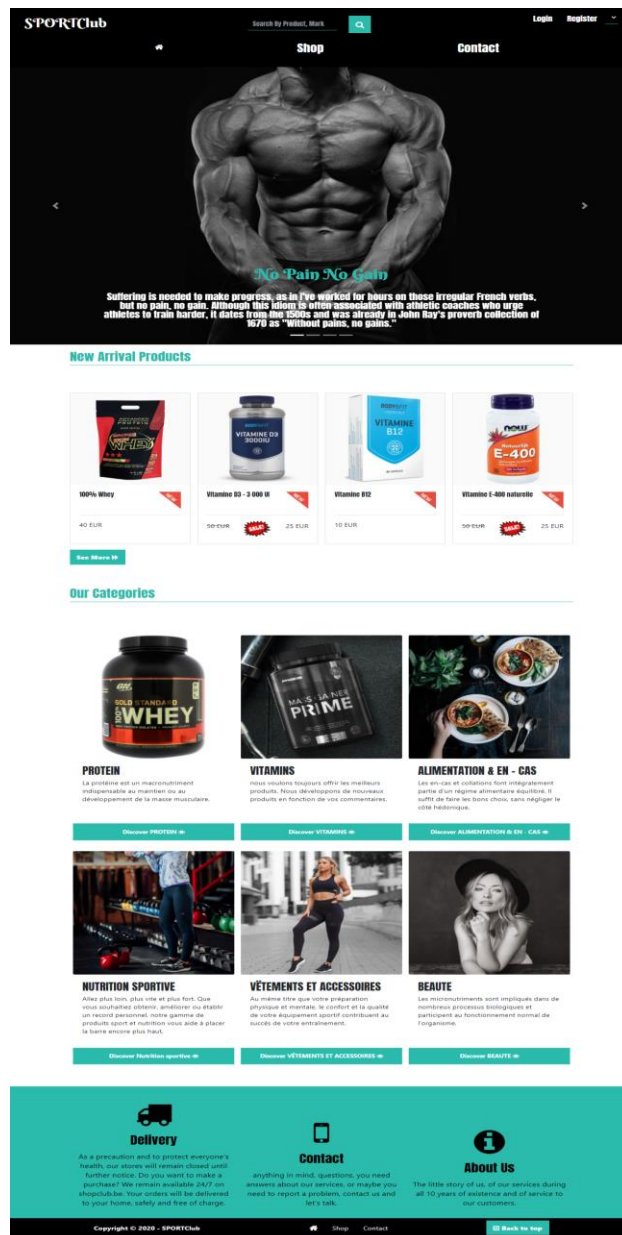
Une section présente les nouveautés du site et dans le magasin SPORTClub. Les 4 derniers nouveaux produits ajoutés sur le site, grâce à un clic sur un bouton, sont accessibles avec plus de détails.

Nous trouvons, toujours dans la page d'accueil, une section qui présente 6 catégories de produits. Chaque catégorie contient une image et le nom de la catégorie, avec une brève description. Un bouton permet d'accéder aux différents produits de cette catégorie.

Just avant Footer, une section donne un aperçu général concernant les modes de livraison, les contacts et une présentation de la société.

Voici une capture d'écran pour donner une idée de la page d'accueil.

La page d'accueil est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



3. Page Shop :

Cette page présente un aperçu général de tous les produits disponibles dans le magasin sous le lien /products .

Dans Shop, il existe plusieurs parties ou sections. L'une d'elle retient l'attention du client avec une photo suggestive ; une autre partie contient une annonce, photo et description à l'appui. En poussant sur un bouton, on peut en savoir plus.

L'annonce est gérée par le gestionnaire de site.

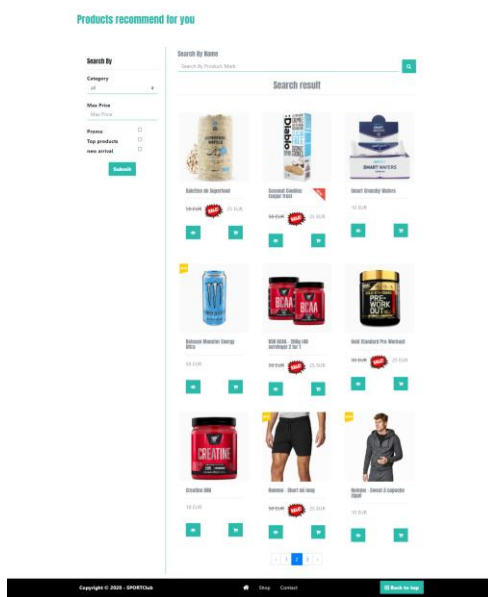
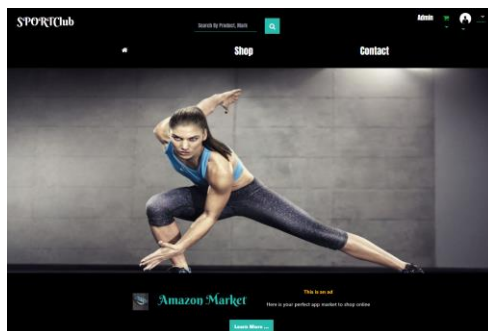
Le plus important dans le Shop est la section des produits recommandés, qui se base sur la liste des produits les plus demandés par les clients.

Avec une recherche avancée, nous pouvons découvrir très facilement les produits spécifiques selon le filtre choisi. Nous pouvons filtrer les produits selon les catégories à partir du menu roulant, ou choisir le prix maximum grâce à des checkbox qui proposent les réductions, les nouveaux produits, et les produits les plus achetés.

On utilise pour ce faire l'api Ajax. La recherche sera effectuée directement sans que la page recharge.

L'affichage de produit est en pagination system. Chaque page contient 9 catalogues de produits ; chaque catalogue présente une photo, le nom de produit. Si le produit est nouveau, un logo l'affiche comme indiqué dans la base de données. Pour visualiser la réduction sur le produit, dans une même case sont affichés l'ancien et le nouveau prix. Enfin, deux boutons permettent, l'un de voir dans le catalogue, l'autre de passer directement le produit au panier.

La page Shop est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



1. Page de contact :

Cette page présenter sous le lien /contact , les différentes possibilités de contact avec la société SPORTClub ; numéros de téléphone, adresse mail,...

Une carte fait partie de la page contact pour connaître la localisation des différents magasins de la société SPORTClub via des points de repérages.

Un accès rapide au menu est possible dans la page contact, avec un système de navigation aisé entre les pages.

Un formulaire de contact avec des champs validés est disponible au cas où le client voudrait contacter la société.

Les champs du formulaire reprennent le nom, l'email, le sujet du contact et le message.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

SPORTClub

Search By Product, Mark

Shop Contact

Home Contact

Address:
SportClub Sportnutrition B.V. Mars 10 5440 CP Haerlem (Pay-Bas)
Register du Commerce et des Sociétés: 5249202 TVA: FR-24 85331131

Phone and Email
Phone: 032 932 606
Email: contact@sportclub.be

Contact us anytime for any questions!

Fields must be completed

Name *

Email *

Subject

Message *

Send

Copyright © 2020 - SPORTClub

Shop Contact

Back to top

OBJ

2. Page de connexion :

La page de connexion présente sous le lien /login un système de login classique, avec adresse mail et mots de passe, “se souvenir de moi”, et un bouton pour se connecter.

Les champs doivent être remplis correctement, si une adresse mail ne figure pas dans notre base de données, un message s’affiche en expliquant l’erreur.

Un bouton permet de retrouver un mot de passe oublié ; en cliquant dessus, un email sera envoyé avec un lien pour réinitialiser un nouveau mot de passe.

Il y a la possibilité de se connecter via google. Login, via google, fait la connexion rapidement et facilement. En cliquant sur ce bouton, un popup s'affiche pour choisir le compte google désiré et utiliser sur la machine du client. Après que le client ait vérifié sa manœuvre, il pourra se connecter via google et enregistrer les formations pour que le popup ne s'affiche plus la prochaine fois.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

The screenshot displays the SPORTClub website interface. At the top, a dark navigation bar contains the 'SPORTClub' logo, a search bar with the placeholder 'Search By Product, Mark', and links for 'Login' and 'Register'. Below this, a secondary navigation bar features a home icon, 'Shop', and 'Contact' links. The main content area shows a 'Login' form with a teal header. The form includes input fields for 'Address Email' (containing 'yousf@gmail.com') and 'Password' (masked with dots). A 'Remember Me' checkbox is present below the password field. At the bottom of the form are two buttons: 'Login' and 'Forget Password?'. Below the form is a red button labeled 'Login with google'. The footer at the bottom of the page is dark and contains the copyright notice 'Copyright © 2020 - SPORTClub', navigation links for 'Shop' and 'Contact', and a 'Back to top' button.

3. Page d'inscription :

La page d'inscription utilise le lien /register. Elle ressemble beaucoup à la page de connexion : même message de validation, nom affiché dans le profil, adresse mail, mot de passe et confirmation de mot de passe.

RGBD est très important pour compléter l'inscription sur le site.

Pour que le bouton d'inscription sera activé, l'utilisateur doit ouvrir un popup en cliquant sur le bouton ici, scroller, cocher et accepter les conditions de RGBD.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

The screenshot displays the SPORTClub website interface. At the top, there is a dark navigation bar with the SPORTClub logo on the left, a search bar with the placeholder text 'Search By Product, Mark' and a magnifying glass icon in the center, and 'Login' and 'Register' links on the right. Below the navigation bar, there are three main menu items: a home icon, 'Shop', and 'Contact'. The central focus is a 'Registration' modal form. This form has a teal header with the title 'Registration'. It contains four input fields: 'Name', 'Address Email', 'Password', and 'Confirm Password'. Below these fields is a red warning icon followed by a paragraph of text: 'WARNING : The SPORTClub company processes your data in order to allow your registration on this site. To find out more about how your personal data is processed and stored as well as to check your rights, please read the GDPR conditions and accept them by checking the small box that you will find in the popup that will open (otherwise you will not be able to register). Please click'. There is a small checkbox below this text. At the bottom of the form, there is a teal 'Registration' button and a red 'Login with google' button. The footer of the website is a dark bar containing the copyright notice 'Copyright © 2020 - SPORTClub', the 'Shop' and 'Contact' links, and a teal 'Back to top' button.

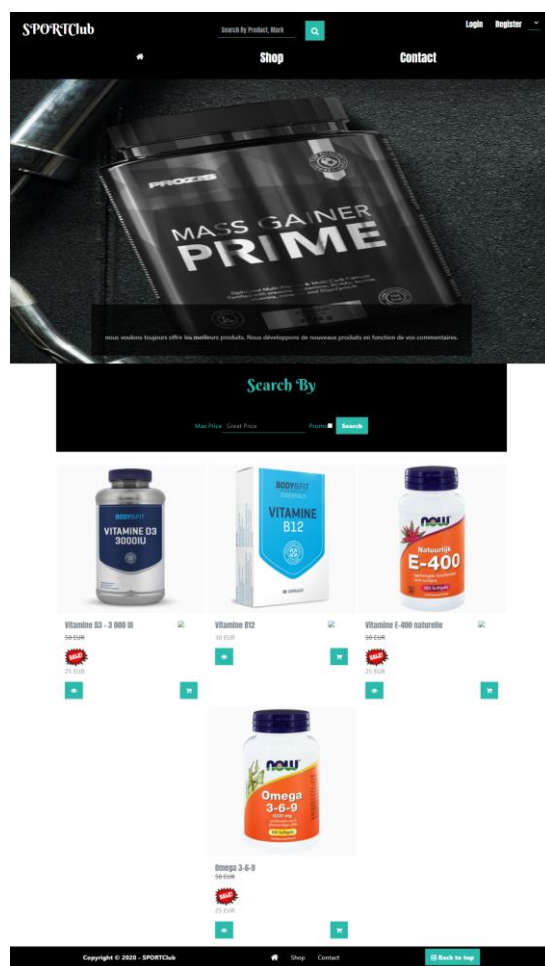
4. Page Single Catégorie :

Dans le page Single Catégorie sous le lien /single-categorie/id, nous trouvons tous les produits de cette catégorie.

Les produits sont affichés dans un catalogue. Chaque catalogue contient une photo, des avis, le logo des nouveaux produits et un bouton pour passer au panier, ainsi qu'un autre pour afficher les détails sur le produit.

Il est possible d'effectuer une recherche sur les produits de cette catégorie.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



5. Page de Single Produit :

Single produit sous le lien /single-product/id, présente une page avec un menu d'accès rapide, une couleur d'activation de menu pour indiquer la page ouverte.

Un slider avec des plusieurs photos sur le produit, le nom, le logo des nouveaux produits, le logo de réduction s'il existe, avec l'ancien et nouveau prix, la description du produit, l'avis des clients, les caractéristiques du produit comme sa couleur, sa marque, sa taille etc...

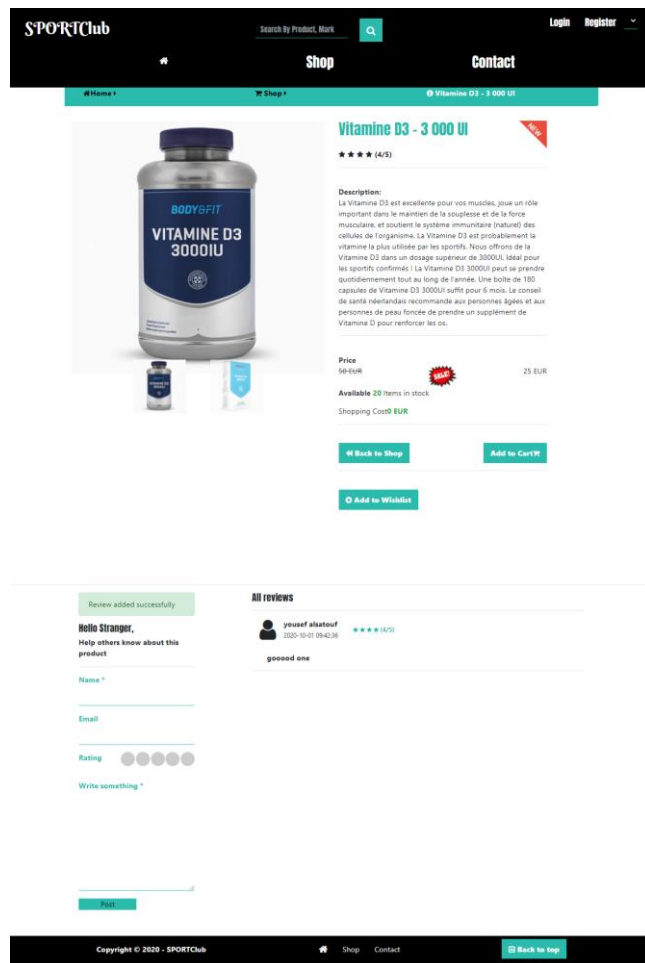
La section "avis du client" est un formulaire avec le nom, l'email, l'avis signalé sous forme d'étoiles et, enfin, le contenu du commentaire. La validation sur le champ est appliquée, et si le client est déjà connecté sur le site, l'avis du client sera envoyé avec son nom et son email enregistrés.

Si l'utilisateur est connecté sur le site, une salutation avec son nom va s'afficher. Par contre, s'il s'agit d'un utilisateur anonyme, cela s'affichera différemment.

Après avoir créé l'avis, un message de réussite va s'afficher pour indiquer que l'avis est bien créé et affiché.

La partie d'affichage d'un avis contient tous les avis sur le produit avec la date et le nom de l'utilisateur, son image et son commentaire.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

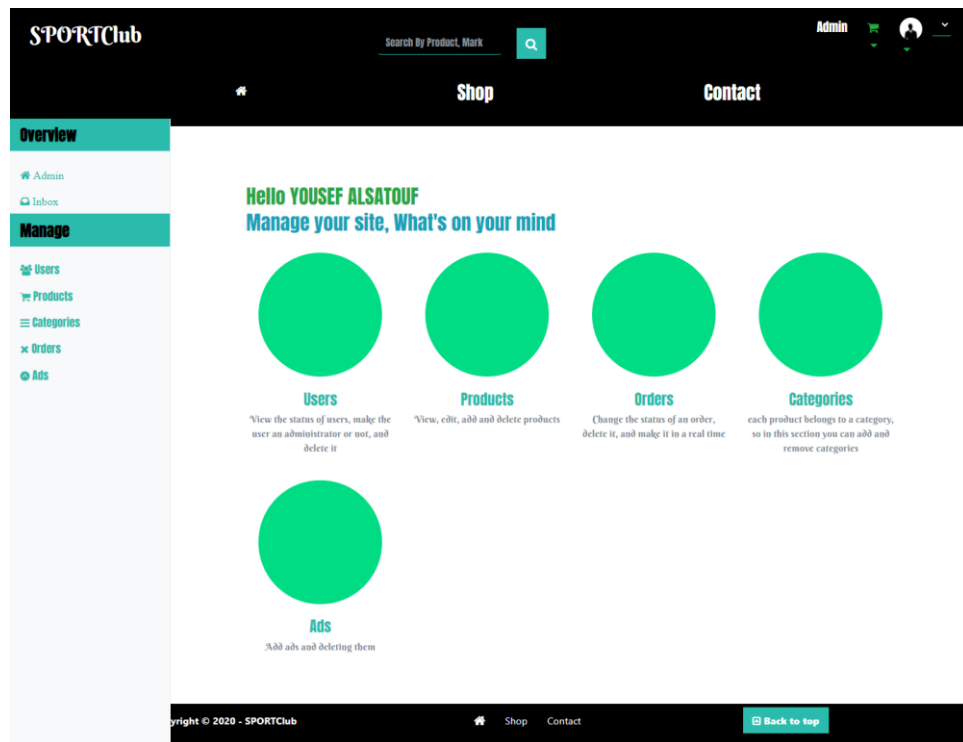


6. Page d'administrateur :

L'affichage sera différent selon le niveau de l'utilisateur connecté. La page de l'administration s'appelle avec le lien /admin.

Un menu sidebar, à gauche, propose les gestions disponibles, la boîte d'emails pour le message des clients, la gestion des utilisateurs, la gestion des produits, des catégories, des annonces, et des commandes.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



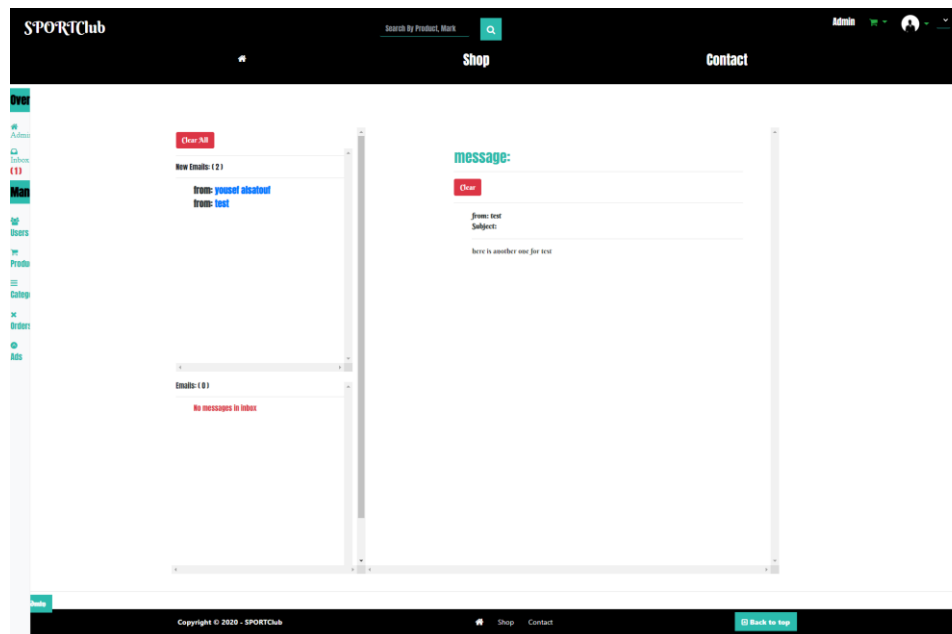
7. Page de boîte des mails :

Les messages lus et non lus sont affichés à gauche. Un bouton permet de les supprimer et de nettoyer toute la boîte.

À droite se trouve le message ouvert, et on a la possibilité de supprimer le message.

Selon les niveaux d'utilisateurs, un administrateur et un acteur peuvent accéder à la boîte d'email.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



8. Page gestion des utilisateurs :

L'administrateur est le seul niveau d'utilisation qui peut changer le rôle d'un utilisateur et le supprimer.

Au niveau affichage, un utilisateur est décrit par son image, son nom, son prénom, son email, son rôle, etc... Un bouton permet de modifier ses données ou de les supprimer.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

SPORTClub

Search By Product, Mark

Admin

Shop

Contact

Overview

Admin

Inbox (1)

Manage

Users

Products

Categories

Orders

Ads

Manage Users

Image	ID	Name	First name	Last name	Email	Role	Action
	1	admin	youssef	alsatonf	admin@admin.com	Actor	Edit Delete
	2	Youssef Alsatonf	youssef	alsatonf	youssef.alsatonf04@gmail.com	Admin	Edit Delete

Copyright © 2020 - SPORTClub

Shop

Contact

Back to top

SPORTClub

Search By Product, Mark

Admin

Shop

Contact

Overview

Admin

Inbox (1)

Manage

Users

Products

Categories

Orders

Ads

Edit User

admin.roles.changRole:

Admin

Save

Back to top

Copyright © 2020 - SPORTClub

Shop

Contact

Back to top

9. Page gestion des produits :

Le formulaire compte une fonction pour valider une donnée et il existe des champs obligatoires à remplir.

Pour créer un produit, il faut passer par le formulaire de création grâce à un bouton; il en va de même pour modifier un produit.

Il est possible aussi de changer la galerie de photos d'un produit, de la sauvegarder. Il existe un autre formulaire distinct pour décrire les propriétés d'un produit.

Une validation est nécessaire pour le formulaire : elle permet d'envoyer des messages d'erreurs au cas où certains champs ne seraient pas remplis.

Pour créer un produit, le formulaire contient une liste de catégories ; nom du produit, son prix, le nombre disponible en stock, la photo

Un message de réussite apparaît en cas de création, de modification ou de suppression.

On peut aussi ajouter des propriétés pour un produit comme le couleur, la taille, la marque ...

La liste des produits se trouve sous le lien `/admin/products`: c'est un tableau qui contient leur photo, leur nom, leur disponibilité en stock, etc....

Ce tableau contient des boutons d'action pour modifier et supprimer des données.

Avec le lien `/admin/products/create`, on trouve le formulaire pour créer un produit.

Avec le lien `/admin/editProductForm/id`, on peut, grâce à un formulaire, créer un produit. Quand l'utilisateur arrive devant le formulaire de modification, les anciennes données sont affichées pour que l'utilisateur puisse voir ces données.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

SPORTClub

Search By Product, Mark

Admin

Shop

Contact

Overview

Manage

Admin

Inbox (1)

Users

Products

Categories

Orders

Ads

Make sure the image field is completed

admin.products cat: PROTEIN

Name: GOLD STANDARD 100% WHEY PROTEIN

Price: 30

Code: 222222222222

Promo price:

Stock: 20

Cost d'achat: 0

Première image

Choose File No file chosen

Info: La Gold Standard Whey concentre 24.2 g de protéines de whey à haute valeur biologique ainsi que 3.5 g de glutamine et 5 g de BCAA naturellement présents dans la composition. Associé à ces teneurs élevées, seulement 1.3 g de glucides et 0.9 g de matières grasses entrent dans la composition du produit. Grâce à sa formulation propre à des procédés de filtration innovants et adaptés, la poudre de protéines qui constitue la Gold Standard Whey est facilement soluble. Mixez-la avec du lait, un smoothie ou simplement avec de l'eau pour un apport hydrique abondant sans matières grasses ni glucides. Ses 3 différents saveurs et sa texture onctueuse expliquent également son succès.

status: update

New arrival: ☐

Edit properties of product

add properties

Size Mark Color Action

Change images

Update

Copyright © 2020 - SPORTClub

Shop

Contact

Back to top

SPORTClub

Search By Product, Brand

Admin

Shop

Contact

Overview

Admin

Orders (1)

Manage

Users

Products

Categories

Orders

Site

Products list

0 Add new product

ID	Image	Name	Code	Price	Unit	Stock	Shipping Cost	Size	Category	Action
1		GOLD STANDARD whey's WHEY PROTEIN	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	PROTEIN	Edit Delete
2		Whey Protein 2.0 8g & Biotin 6 Protein Bars (bars)	222222222222	40 \$	No sale on this	20	Free	No	PROTEIN	Edit Delete
3		Perfect Protein	222222222222	40 \$	No sale on this	20	Free	No	PROTEIN	Edit Delete
4		whey's Whey	222222222222	40 \$	No sale on this	20	Free	Yes	PROTEIN	Edit Delete
5		Vitamin D3 - 1000 IU	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	Yes	VITAMINS	Edit Delete
6		Vitamin B12	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	Yes	VITAMINS	Edit Delete
7		Vitamin E - pure naturelle	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	Yes	VITAMINS	Edit Delete
8		Omega 3-6-9	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	VITAMINS	Edit Delete
9		Cookies protéinés Smart	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	ALIMENTATION & SNACKS	Edit Delete
10		Gâteaux de Superfood	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	ALIMENTATION & SNACKS	Edit Delete
11		Cookies (cookies sugar free)	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	Yes	ALIMENTATION & SNACKS	Edit Delete
12		Smart Crunchy Wafers	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	ALIMENTATION & SNACKS	Edit Delete
13		Biotin Moisture Energy Mist	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	Nutrition sportive	Edit Delete
14		BCAA - 100g (40 servings) 1 for 1	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	Nutrition sportive	Edit Delete
15		Gold Standard Pre/Workout	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	Nutrition sportive	Edit Delete
16		Creatine D3	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	Nutrition sportive	Edit Delete
17		Homme - Short cut long	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES	Edit Delete
18		Homme - Sweat à capuche zippé	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES	Edit Delete
19		T-shirt Small Logo Noir Pour Homme	222222222222	30 \$	25 EUR	20	Free	No	VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES	Edit Delete
20		Déshydratant des muscles	222222222222	30 \$	4 EUR	20	Free	No	VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES	Edit Delete
21		Super Collagen de Norello - 250 capsules	222222222222	30 \$	4 EUR	20	Free	No	BEAUTÉ	Edit Delete
22		Beau Collagen Types 1 & 3	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	BEAUTÉ	Edit Delete
23		Déshydratant naturel 100% bio - Pour Homme	222222222222	30 \$	1 EUR	20	Free	No	BEAUTÉ	Edit Delete
24		Shampooing Perfect Care d'hydratation - pour homme	222222222222	30 \$	No sale on this	20	Free	No	BEAUTÉ	Edit Delete

Copyright © 2020 - SPORTClub

Shop

Contact

Back to top

SPORTClub Search By Product, Mark

Admin

Shop **Contact**

Overview

- Admin
- Inbox (1)

Manage

- Users
- Products
- Categories
- Orders
- Ads

Add new product [← manage products](#)

fields must be completed

Product Name

Product Code

In stock

Price

Sold Price

Shopping Cost

Categories

Select First Image No file chosen

Description

Copyright © 2020 - SPORTClub [Shop](#) [Contact](#) [Back to top](#)

10. Page gestion des catégories :

Le formulaire de la page gestion des catégories sert pour créer et modifier en validant les messages de validation, comme expliqué précédemment. Il en va de même pour les messages qui signalent la réussite, la modification et la suppression de la création, ainsi que la structure de la liste d’affichage.

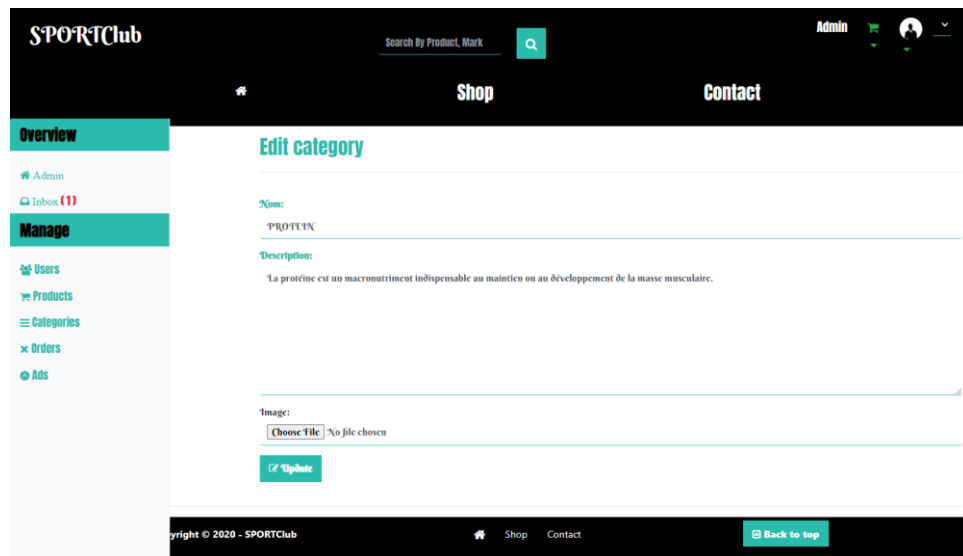
Pour créer une catégorie il faut passer par le formulaire de création grâce au bouton “créer un produit”, et c’est le même cas pour la modification d’un produit.

Avec le lien `/admin/categories`, on trouve la liste des catégories : c'est un tableau qui contient la photo, le nom, la disponibilité en stock,...

Avec le lien `/admin/categorie/create`, un formulaire permet de créer un produit.

Avec le lien `/admin/editCategorieForm/id`, un formulaire fait de même pour la création d'une catégorie. Quand l'utilisateur arrive devant le formulaire de modification, les anciennes données sont affichées pour que l'utilisateur puisse voir ces données.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



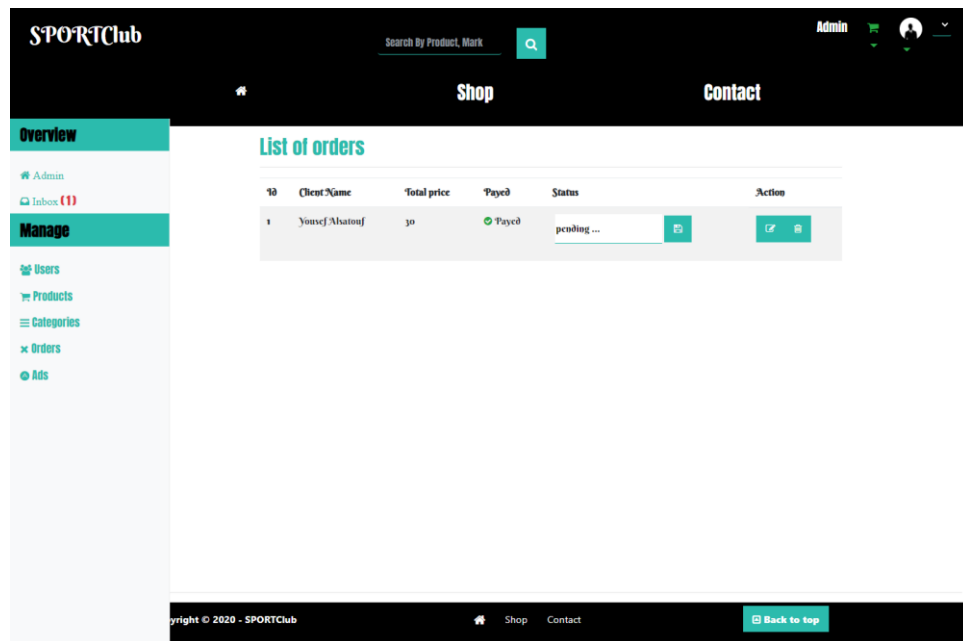
11. Page gestion des commandes :

Pour gérer les commandes, l'acteur et l'administrateur sont autorisés à changer l'état d'une commande, à la mettre en attendant ou bien en route, à livrer...

Le lien vers admin/orders affiche la liste des commandes, qui contient le nom du client et vérifie s'il a bien payé. Les boutons "actions" permettent de modifier l'état d'une commande et de pouvoir la supprimer.

Pour modifier l'état d'une commande on passe par ajax. En cliquant sur le bouton, un input s'affiche avec un bouton de sauvegarde.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



12. Page gestion des annonces :

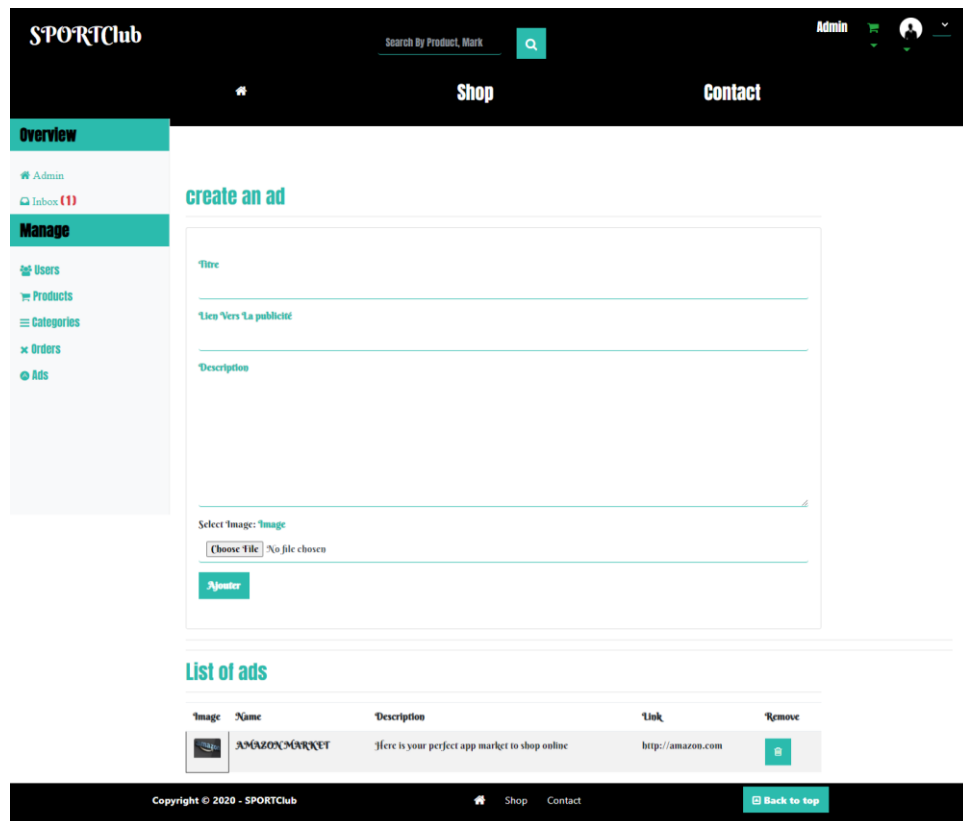
La liste des annonces se trouve avec le lien admin/ads, et la création d'un formulaire.

Ce formulaire est très semblable à celui qui permet la validation des messages de réussite ou qui les signale.

Pour créer une annonce il faut bien remplir les champs obligatoires, que sont le titre, le lien, la image et description.

Il existe aussi la possibilité de supprimer une annonce via le bouton de suppression

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



13. Page Profil d'utilisateur :

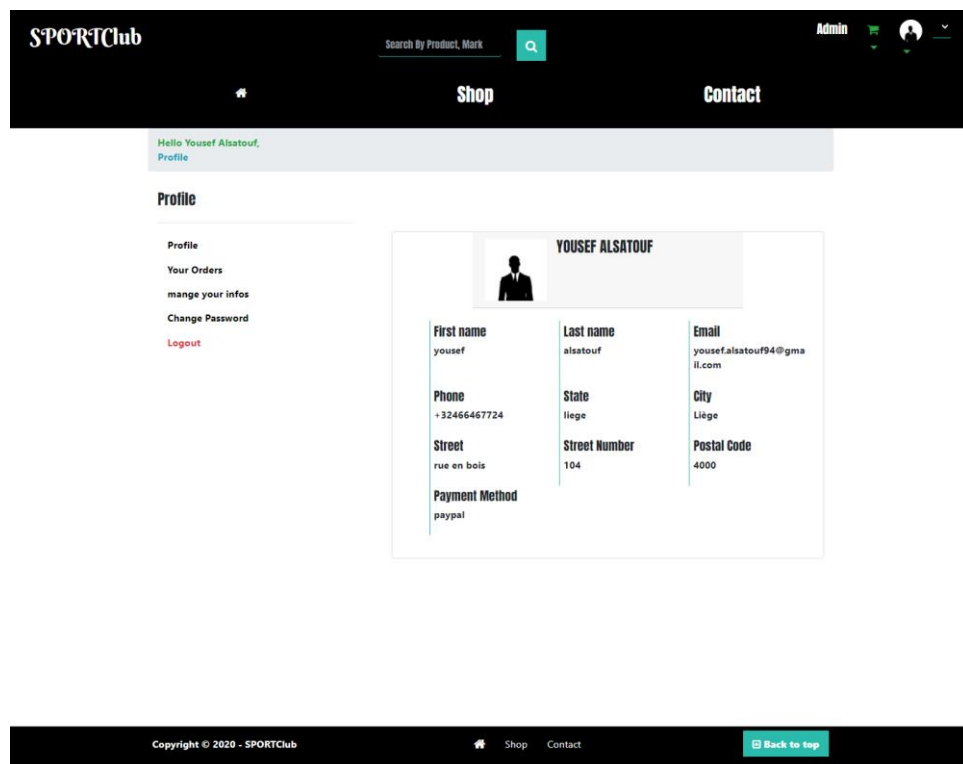
Avec le lien /user, on peut trouver le profil d'utilisateur qu'on salue, avec le nom de l'utilisateur connecté, ainsi qu'un sidebar avec les différents liens vers les pages auxquelles l'utilisateur peut accéder.

Le sidebar contient :

- La page de profile /user qui affiche toutes les infos sur l'utilisateur comme son nom, son adresse, son email, sa photo, ...
- La liste des commandes /orders qui affiche l'historique de toutes les commandes
- Le processus de gestion d'info /infos pour modifier ou ajouter des infos sur l'utilisateur ou pour changer la photo de profil.

- Un formulaire pour changer le mot de passe /password, ou pour en définir un autre.
- La déconnexion /logout pour l'utilisateur

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

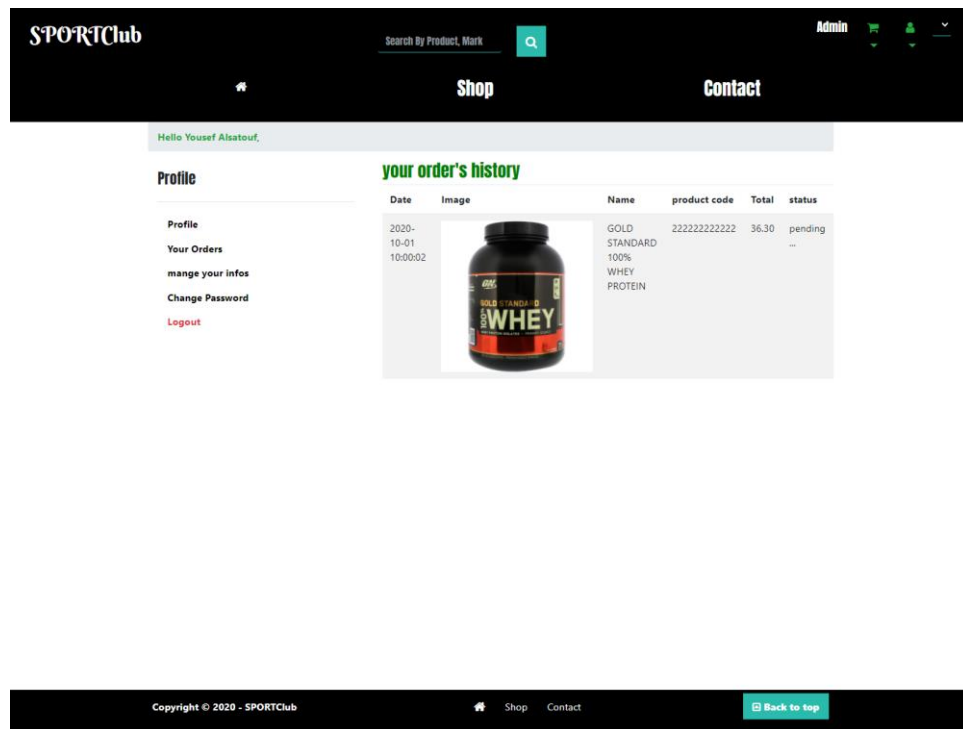


14. Page d'articles commandés :

Grâce à /orders, un utilisateur peut voir l'historique de ses commandes.

La page contient un tableau avec la photo, la date, le code, le montant payé ...

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



15. Page participation aux newsletters :

Si un utilisateur n'a pas encore participé aux newsletters, le lien de participation va toujours s'afficher dans le menu de profil.

En cliquant, l'utilisateur va se diriger vers la page newsletter pour participer.

A l'aide d'un formulaire, l'utilisateur va entrer son adresse mail et recevoir un lien pour confirmer son adresse à personnelle.

Un message de confirmation va s'afficher après la participation.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

Thanks For Subscribe

Please enter your email to subscribe

Subscribe

16. Page modification de profil d'utilisateur :

Pour gérer les informations d'utilisateur, un formulaire permet d'ajouter ou de modifier les informations existantes.

Le formulaire permet de valider et d'envoyer des messages pour prévenir des champs obligatoires et des messages de réussite, ou de choisir la photo de profil.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

SPORTClub
Search By Product, Mark
Admin
Shop
Contact


Hello Yousef Alsatouf,
[Shopper info](#)

Your Infos have been updated. [See It Here](#)

Profile

- Profile
- Your Orders
- mange your infos**
- Change Password
- Logout

mange your infos



Choose File
No file chosen

Name Yousef Alsatouf	First name yousef
Last name alsatouf	Email yousef.alsatouf94@gmail.com
Phone +32466467724	State liege
City Liège	Postal Code 4000
Street rue en bois	Street Number 104

PayPal
Update

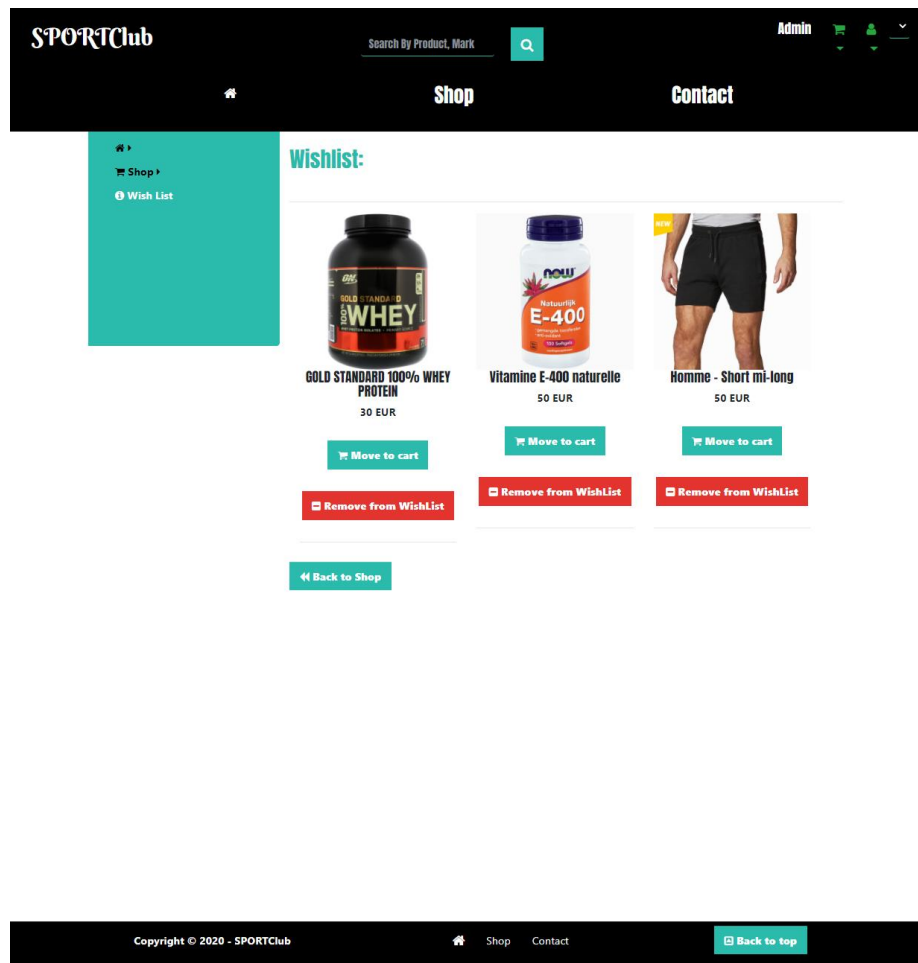
Copyright © 2020 - SPORTClub
Shop
Contact
Back to top

17. Page de wishlist:

Parfois, le client voudrait passer un produit sur une liste d'attente mais pas au panier.

Cela est le travail de wishlist sous le lien /wishlist : le client peut ajouter des produits avec la possibilité de les retirer ou de les passer au panier.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



18. Page panier :

/cart renvoie à la page panier.

Sur cette page, il existe un menu d'accès rapide avec activation à partir de la page actuelle.

Ensuite, le nombre des éléments ajoutés au panier, et un tableau avec la photo des produits, l'id, le nom, la disponibilité en stock, apparaissent en javascript. Ce nombre ne peut être supérieur au nombre enregistré dans la base de données. Il en va de même pour la quantité, le soustotal et les actions qui ne peuvent pas diminuer et la sauvegarder.

Un bouton permet la suppression.

En bas, sur la page panier, nous trouvons la commande avec les taxes, les frais, le soustotal et le total.

La commande est mise à jour selon les éléments au panier.

Sur la page panier, le client a le choix : d'aller à la page suivante ou continuer d'acheter des produits.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

SPORTClub

Search By Product, Mark

Q

Login

Register

Shop


Contact

Shop

iCart

Cart

1 item(s) in your cart

Image	ID	Product	Only left	Quantity	Price	Subtotal	Action
	1	GOLD STANDARD 100% WHEY PROTEIN	19 Item(s)	<input type="text" value="1"/>	30 EUR	30 EUR	<div></div> <div></div> <div></div>

Your Orders

Shipping Cost	Tax	SubTotal	Total
Free	6.30 EUR	30.00 EUR	36.30 EUR

What do you want to do next?

Choose if you have a discount code or reward points that you want to use or want to estimate your shipping cost.

Add more from the shop

Next

Copyright © 2020 - SPORTClub

Shop

Contact

Back to top

19. Page de passation de commande :

Pour passer la commande, à la page suivante, on trouve un formulaire avec les informations du client ou les informations sur le client.

En cliquant sur la page suivante, si on rencontre un formulaire, cela signifie qu'il manque des informations sur le client (adresse ou numéro de téléphone), et il faut le compléter.

Pour passer la commande, le client doit compléter ses données, et remplir le formulaire.

Bien sûr, la validation de formulaire est appliquée et il faut insérer de vraies valeurs.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.

The screenshot displays the 'SPORTClub' checkout interface. At the top, a navigation bar includes the logo, a search bar, and links for 'Admin', a shopping cart, and a user profile. Below this, a breadcrumb trail shows 'Shopper Info > Payment: Paypal > Finish Order'. The 'Shopper Info' section contains two columns of form fields: 'First name' and 'Last name' (both with placeholder text 'First Name' and 'Last Name'), 'Phone' (placeholder 'Phone Number'), 'State' (placeholder 'State'), 'City' (placeholder 'City Name'), 'Postal Code' (placeholder 'Postal Code'), 'Street' (placeholder 'Street'), and 'Street Number' (placeholder 'Street Number'). A 'PayPal' payment method is selected and highlighted with a blue dot. At the bottom of the form area, there are two buttons: 'Add more from the shop' and 'Next'. The footer contains the copyright notice 'Copyright © 2020 - SPORTClub', navigation links for 'Shop' and 'Contact', and a 'Back to top' button.

20. Page de paiement :

La méthode de paiement utilisé est PayPal.

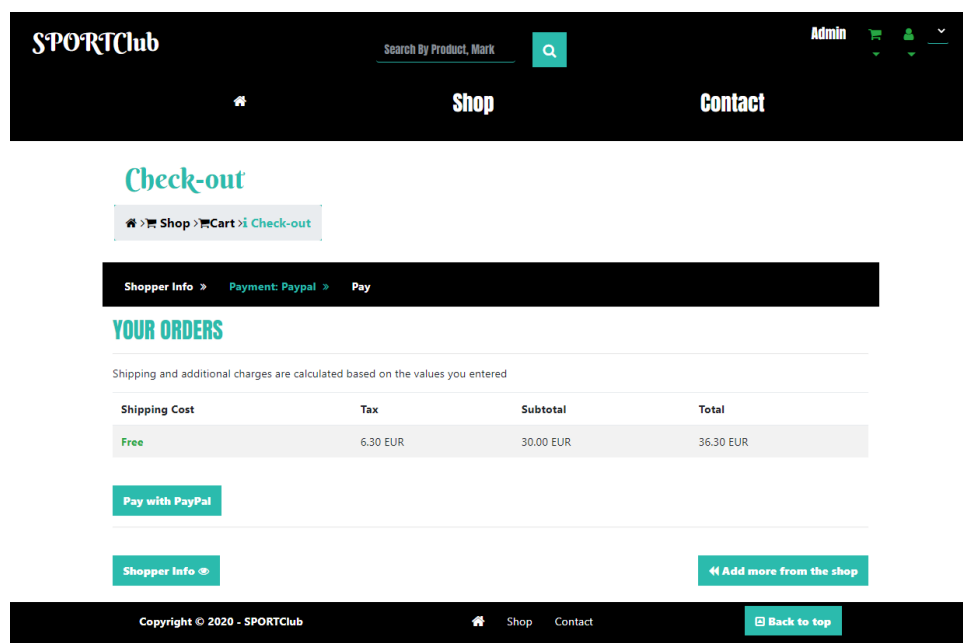
La page contient un menu rapide avec la couleur d'activation sur la page actuelle.

Nous trouvons aussi le détail de la commande passée et un bouton pour payer et effectuer le paiement. Une fois cliqué sur le bouton “pay with paypal”, un popup “PayPal” va s’afficher pour insérer l’email de PayPal. Après la validation et le paiement via PayPal, plusieurs actions vont se dérouler : la création de la commande, l’état de paiement va changer, la commande va être traitée et un email avec la facture va être envoyé vers le client en utilisant l’adresse mail enregistré dans la base de données.

Enfin, le site va diriger le client sur /finishOrder pour afficher une facture avec le détail de paiement.

Un message de réussite va s’afficher pour confirmer le paiement.

La page est responsive et mobile first pour les GSMS et les tablettes.



2.2. Objectifs

Objectifs de ce site :

- Un site internet est une source d'information sur la société.
- Le magasin est situé hors agglomération, donc difficilement accessible pour certains clients. La présentation en ligne est un atout.
- La commande et la livraison s'effectuent très facilement.
- Le paiement en ligne est plus simple.
- La notoriété du magasin est améliorée.
- La création d'un nouveau service aux clients pourra les fidéliser.
- La promotion des produits ou des services est simplifiée.
- L'envoi des emails et des factures pour les clients allège le travail administratif.

Mon objectif personnel est, par l'élaboration de ce projet, de rassembler toutes les techniques apprises lors de mes trois années de formation tant d'un point de vue front-end que back-end en passant par la création de la DB ...

2.3. Public cible

Nous sommes fiers d'être une entreprise familiale, Nous mettons toute notre énergie pour promouvoir une nutrition sportive saine et performante.

Ce qui a commencé dans une cuisine est devenu une des sociétés leaders dans son domaine. Aujourd'hui, notre équipe est plus nombreuse qu'à ses débuts, mais l'esprit initial demeure.

Nous vous proposons la meilleure expérience nutritionnelle possible afin de répondre au mieux aux spécificités de votre pratique sportive et vous permettre de puiser des ressources inestimables au plus profond de vous-mêmes

Chez SportClub, nous plaçons l'innovation au cœur de nos activités : de la recherche à la vente, en passant par la conception, le design, la production et la logistique. Les équipes de nos vingt marques Passion mettent en effet toute leur énergie pour concevoir des produits techniques, beaux et simples, toujours aux prix les plus bas possible.

Ces produits s'adressent à tous les passionnés, du débutant au sportif confirmé, et sont disponibles en exclusivité chez SportClub.

3. EXIGENCES FONCTIONNELLES

3.1. Fonctionnalités

1. Visiteur anonyme

- Responsive-mobile first.
- Authentification par mail et google.
- Voir la liste des produits.
- Voir le détail d'un produit.
- Avoir la possibilité de voir des annonces sur le site.
- Voir les produits recommandés.
- Envoi des emails au vendeur.
- Ajout de produits au panier.
- Bar de recherche.
- Recherche avancée.
- Formulaire de contact.
- Intégrer une carte.
- Site multilingue en préparation.
- Possibilité de mettre un commentaire sur un produit et de l'évaluer.
- Possibilité d'augmenter et de réduire la quantité au panier, de supprimer un produit du panier et aussi voir le détail d'un produit.

Utilisateur

En plus de ce qui précède

- Gestion de profil d'utilisateur : modifier ses infos, changer son mot de passe.
- Possibilité d'uploader une photo, de la changer ou de la supprimer.
- Possibilité de payer en ligne comme PayPal.
- Recevoir des factures par mail
- Recevoir des mails automatiques.
- Avoir les possibilités de participer aux Newsletters.

- Voir des messages en cas de modification comme changer de mot de passe.
- Voir le détail d'une commande.
- Passer la commande aux prochaines étapes.
- Voir la liste des commandes passées.
- Déconnecter.
- Compter la quantité de produits ajoutés au panier.
- Voir l'état d'une commande.
- Accès rapide aux plusieurs parties du site via le menu.
- Ajouter des articles au wishlist.
- Réinitialiser un nouveau mot de passe si l'utilisateur oublie son mot de passe.

Acteur

En plus de ce qui précède

- Gestion d'interface d'administration.
- Gérer les produits (ajouter, modifier, supprimer).
- Gérer la catégorie des produits (ajouter, modifier, supprimer).
- Gérer les commandes (ajouter, modifier, supprimer).
- Gérer les annonces (ajouter, modifier, supprimer).

3.4. Administrateur

En plus de ce qui précède

- Gérer les utilisateurs (changer les rôles, supprimer).
- Recevoir les messages de l'utilisateur et les lire, les supprimer.

3.2. Règles métiers

- Le déblocage d'un compte se fait via l'envoi d'un email
- Un mot de passe contient au moins 7 caractères.
- Le formulaire doit être complété pour que la commande passe aux prochaines étapes.
- Mots de passe oublié ? Envoi d'un lien vers l'email entré via le formulaire de la page "mot de passe oublié".
- Différent niveau d'Access sur le site et possibilité différente pour chaque utilisateur.
- Validation de formulaire partout dans le site.

4. EXIGENCES NON FONCTIONNELLES

4.1. Conception

- Le layout est adapté aux desktops, tablettes et smartphones.
- Mobile first
- Flexbox est utilisé pour ajuster la position des éléments.
- Javascript / jQuery pour les animations comme les avis par étoiles
- Les couleurs principales utilisées sont le vert et le noir.

4.2. Acteurs

1. Visiteur anonyme.

Celui qui peut voir les produits, les ajouter au panier, modifier les quantités désirées, évaluer et donner son avis sur un produit.

2 . Utilisateur.

Celui qui peut se connecter via google ou via son email créé par lui-même.

Changer son image de profil et la supprimer, aussi bien ses infos, le mot de passe la méthode de paiement, passer une commande aux prochaines étapes et payer en ligne.

Participer aux newsletters.

3 . Acteur.

Gérer les produit, les catégories, les annonces, et changer l'état d'une commande.

4 . Administrateur.

Gérer les utilisateurs, et les emails reçus.

5. CAS D'UTILISATION

Cas d'utilisation: « Identification »

5.1.1.Précondition:

- L'utilisateur saisit ses droits d'accès (login et mot de passe)

5.1.2.Acteurs:

- Tous les acteurs.

5.1.3.Scénario nominal:

1. Identification

- L'utilisateur saisit ses droits d'accès.
- Le système vérifie si les champs ne sont pas vides, si erreur alors **Exception1**.
- Il vérifie ensuite si les informations sont valides, si erreur alors **Exception2**.
- Le système contrôle, si c'est un nouvel acteur, ou un acteur désactivé.
- Le système redirige l'acteur vers son espace selon son rôle.

2. Inscription

- L'utilisateur introduit les informations demandées dans le formulaire et valide son inscription.
- Le système vérifie si les champs obligatoires sont renseignés. Si erreur, alors il doit corriger.

Exception3.

- Le système vérifie si les informations sont valides, si erreur alors **Exception4**.

- Il vérifie si le pseudo et l'email existent ou pas, si oui alors **Exception5**.
- Le système envoie un mail de confirmation.

5.1.4.Exceptions:

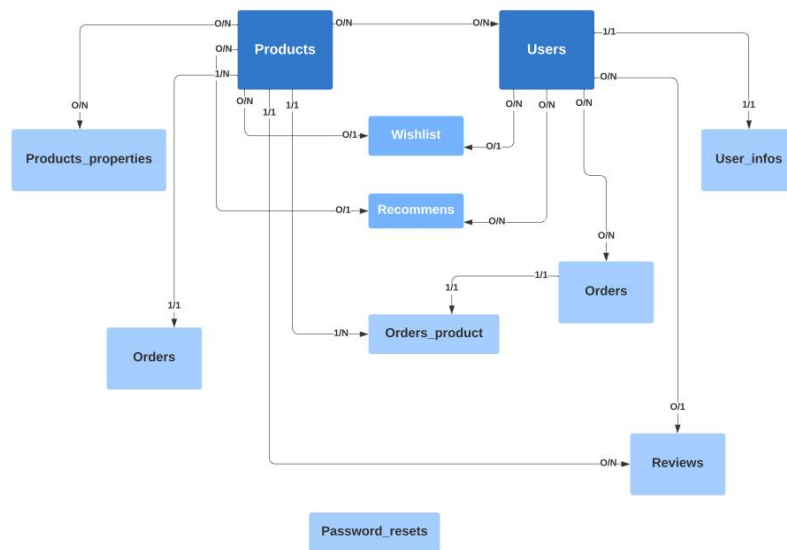
- **Exception 1** : message d'erreur « Un champ est vide ». L'acteur s'authentifie une 2^{ème} fois.
- **Exception 2** : message d'erreur « login et mot de passe doivent avoir au moins 6 caractères ». L'utilisateur s'authentifie une 2^{ème} fois.
- **Exception 3** : un message d'erreur contenant: « Un champ obligatoire est vide ».

L'acteur doit remplir les champs obligatoires.

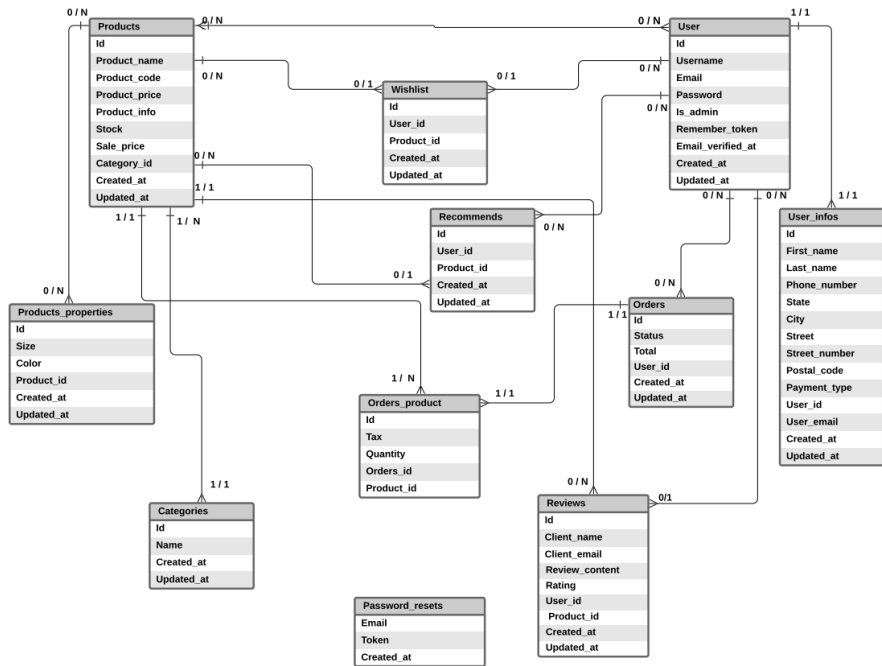
- **Exception 4** : message d'erreur « login et mot de passe doivent avoir au moins 6 caractères ». L'acteur doit révéifier les champs.
- **Exception 5** : un message d'erreur contenant: ou bien "c'est un champ qui est vide, ou bien le nom existe déjà". L'utilisateur est invité à corriger son erreur et revalider.

6. DESCRIPTION DE LA BASE DE DONNEES

6.1. Schéma conceptuel



6.2. Schéma physique



7. PRESENTATION DES PROBLEMES ET SOLUTIONS ENVISAGEES

J'aime bien les nouveaux challenges, c'est pour cela que j'ai choisi de travailler un nouveau framework .

Un framework que je n'ai pas appris à l'école : c' était le premier challenge pour moi.

Laravel est un framework php? Pendant mon travail avec Laravel, j'ai apporté beaucoup de nouvelles fonctionnalités que je ne connaissais pas.

J'ai découvert ce framework pendant la création du projet, j'ai rencontré beaucoup de challenges et de problèmes.

L'intégration des nouvelles fonctionnalités en général comme la méthode de paiement, la connexion via google, les requêtes mySql effectués via Laravel et les sélections relationnelles entre multitables : autant de challenges pour moi qui m'ont pris du temps pour les découvrir.

Une erreur de 400 api au panier, si la quantité ou le nombre d'élément choisi plus que 1.

Une erreur de 500 après le déploiement de site sur Heroku.

J'ai passé beaucoup de temps sur la documentation de Laravel pour connaître sa capacité et ce que je pouvais réaliser en utilisant le framework.

Au niveau front-end, réaliser ce projet m'a appris aussi de nouvelles choses, comme connecter le frontend avec la back-end et aussi résoudre des challenges d'api. Débugger les erreurs aussi m'a donné des compétences pour réagir aux bugs et résoudre ces problèmes rapidement.

J'ai aussi rencontré un problème d'intégration avec la carte, je pensais à utiliser vuejs component pour intégrer la carte de google map.

Pour intégrer une carte, il faut créer API key et aussi créer un compte de facturation pour que la clé d'API fonctionne.

La solution pour google map est d'utiliser Iframe tag .

À l'aide de documentations des technologies comme Laravel.com, vue.js et MDN, mais aussi la communauté des développeurs, certains problèmes ont pu être résolus.

J'ai profité des sources et des conseils des autres développeurs pour bien prendre les problèmes un par un, tester et débbugger, et ainsi gagner du temps.

8. CONCLUSION

Au départ, j'avais pensé à l'informatique comme à un métier, un job pour gagner ma vie, mais maintenant je pense que programmer et travailler avec des technologies que j'aime est mon mode de vie.

Ecrire un code et construire des projets actuels que les internautes utilisent chaque jour et partout dans le monde, c'est en effet quelque chose qui me donne du courage pour coder plus et partout, et cela me permet de rêver d'être toujours plus efficace et plus professionnel.

Pendant mes trois ans à l'école, j'ai reçu plein de connaissances, j'ai compris que nous avons besoin d'apprendre et apprendre toujours, et le code est très amusant.

J'ai appris à bien réfléchir sur les problèmes rencontrés et à suivre des règles pour les résoudre. Si ce n'est pas possible immédiatement, il ne faut pas perdre de temps et le laisser pour un autre moment.

Après ce projet, je n'ai plus peur d'intégrer de nouvelles idées, d'utiliser et de découvrir de nouveaux frameworks.

J'aimerais bien d'aller plus loin que le web, de découvrir et d'expérimenter tout ce que je peux et j'ai envie d'en savoir plus sur le monde de l'informatique.

Table des matières

1.	Introduction	2
2.	Description du site	4
2.1.	Thème et brève description	2
2.2.	Objectif.....	37
2.3.	Public cible.....	37
3.	Exigences fonctionnelles.....	39
3.1.	Fonctionnalités	39
3.2.	Règles métiers.....	3
3.3.	Interface	3
4.	Exigences non fonctionnelles.....	42
4.1.	Conception.....	42
4.2.	Acteurs	42
5.	Cas d'utilisation	44
6.	Description de la base de données	46
6.1.	Schéma conceptuel	6
6.2.	Schéma des entités.....	46
7.	Présentation des problèmes et solutions envisagées	48
8.	Conclusion.....	50

BIBLIOGRAPHIE