



## Brief créatif site e-commerce

L'objectif du brief créatif est de permettre au webdesigner de cerner l'univers graphique de référence que doivent évoquer vos outils de communication graphique, et le restituer de la meilleure manière possible au niveau :

- du logo
- du webdesign du site

### 1. Présentation du produit

#### 1. Présentation de l'entreprise

- Quelle est l'activité principale de l'entreprise ?
- De quel constat est née cette l'idée de vendre ce produit / ce service ?

#### 2. Présentation du site / des produits ?

- Expliquer brièvement le concept du site.
- A quels besoins répondent ces produits ?
- Quels sont les points forts du produit ? Est-ce un produit unique, un produit de meilleure qualité, un produit associé à un service performant, un produit innovant, etc.

### 2. Identité graphique

#### 1.2. Votre identité

- Quel est le nom du site ?
- Quel est le nom de domaine principal utilisé sur internet ?
- Est-ce le même pour la communication print ?
- Existe t-il déjà un logo ? S'il faut en créer un, le préciser.
- Quelle est la promesse du site ? Il faut définir une promesse unique que vous pourrez tenir, qui sera le slogan de votre entreprise, et que vous pouvez prouver tout au long du site. Ce n'est pas juste une phrase marketing ou commerciale, vide de réalité, qui n'a pour but de vous faire mousser ou de dire « je fais mieux que les autres ».



### 1.3. Quel est le positionnement image / positionnement prix que vous souhaitez donner ?

- Est-ce un service orienté ou un site de vente haut de gamme, ou plutôt un service communautaire pour des personnes ayant des contraintes fortes de budget ? Un service plutôt familial ?
- Est-on dans le domaine de l'environnement (avec les codes couleurs que cela induit) ? Du BTP, de la culture, de la high tech ?

L'idée est de permettre au graphiste de situer l'univers graphique de référence.

## 3. Le marché

### 3.1. A qui s'adresse t-on ?

- Définir la ou les cibles le plus précisément possible.
- Quelles sont leurs caractéristiques ? Quel est leur contexte personnel et professionnel, leurs centres d'intérêt, leurs préoccupations, leurs valeurs, leur nationalité, etc ?
- Pourquoi achèteraient-ils vos produits ? Pourquoi en ont-ils besoin ?

### 3.2. Qui sont les concurrents ?

- Nommer et classer les concurrents par catégories (concurrent direct / indirect) + donner l'URL de leur site internet.
- Que proposent-ils ?
- Quelles sont les différences avec votre projet ?
- Qu'est ce qui vous plaît chez eux ?
- Qu'est-ce qui ne vous plaît pas chez eux ?

## 3. Le site

### 3.1. Quels sont les valeurs / les notions à transmettre ?

Quelles valeurs souhaitez-vous transmettre ou partager avec votre cible à travers le site ?

Par exemple, la confiance, l'expertise, le rêve, la proximité, des valeurs communautaires, de partage, le plaisir, ... ?

Faites une liste par ordre de priorité, 3 possibilités maximum.

### 3.2. Que doivent se dire les internautes quand ils arrivent sur le site (par la page d'accueil ou par une autre) ?

Quelle émotion principale voulez vous provoquer lorsque les visiteurs arrivent sur votre site pour la 1<sup>ère</sup> fois ? Faites une liste par ordre de priorité, 3 possibilités maximum.

- Tiens, un site qui se démarque des autres qui vendent la même chose !
- Je comprends immédiatement ce que propose ce site.
- Quel est ce superbe produit ? La photo donne très envie.
- Ce site inspire confiance. Il a l'air d'être un bon endroit pour acheter le produit que je veux / utiliser le service que je recherche.



- Ce site est clair. Je vais peut-être pouvoir trouver ce que je cherche plus rapidement qu'ailleurs.
- Ce site est actif, il y a l'air d'avoir du monde ici !! J'aimerais bien rejoindre cette communauté.
- Tien, il y a l'ait d'avoir plus de choix qu'ailleurs.
- Etc...

**Attention, ne tombez pas dans le piège du « je veux un site beau, simple, original, et efficace à la fois ». Certaines demandes son parfois complètement contradictoires, donc concentrez-vous sur les émotions/ le feeling que vous voulez faire passer, sans penser aux objectifs, pour l'instant.**

### 3.3. Que doivent avoir envie de faire les internautes une fois sur le site ?

Quelle action principale voulez vous provoquer lorsque les visiteurs arrivent sur votre site pour la 1<sup>ère</sup> fois ? Faites une liste par ordre de priorité, 3 possibilités maximum.

- Lancer une recherche pour trouver le bon produit ?
- Créer un compte pour participer au site ?
- Acheter un produit en particulier ?
- Parler du site autours d'eux ?
- Faire une demande de devis ?
- Entrer en contact avec vous ?
- Utiliser une fonction particulière ?
- Télécharger un document particulier ?

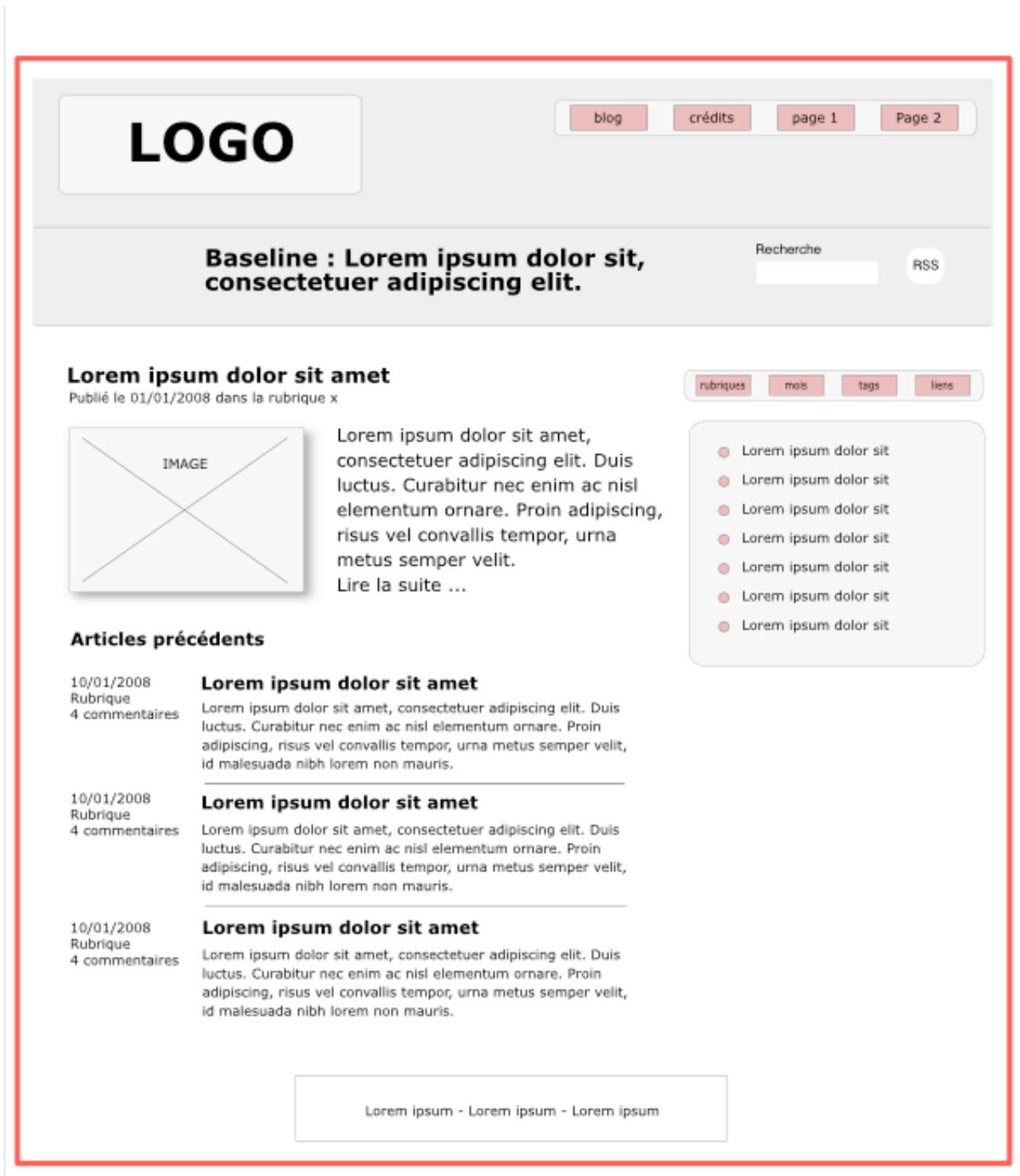
### 3.4. Quels sont les principales fonctionnalités / rubriques du site ?

Il faut décrire le plus précisément possible les rubriques et les sous rubriques auxquelles vous avez penser. De même pour les fonctionnalités, si vous souhaitez qu'un menu s'ouvre d'une certaine manière, ou qu'une information soit mise en valeur de manière plus importante, vous pouvez le dire. La clarté de vos explications permettra de bien comprendre l'ergonomie générale qui va structurer la navigation dans le site.

Idéalement, il faudrait fournir une arborescence (schéma d'organisation et de lien des rubriques en niveaux et sous-niveaux), et ce que l'on appelle en conception de site Internet un Wireframe (ou storyboard).

C'est une maquette du site Internet qui permet de comprendre d'un coup d'oeil la structure de chaque page car tous les types de contenu et les textes y sont représentés, ainsi que leur emplacement dans la page.

Voir exemple page suivante.



### 3.5. Quels sont vos sites de référence d'un point de vue purement esthétique ?

Sans parler de secteur d'activité spécifique, il est important pour le webdesigner de comprendre où se situe votre niveau de compréhension et d'appréciation d'un beau site internet. Si vous n'avez pas d'exemples de site en tête, vous pouvez trouver l'inspiration en visitant des galeries de webdesign qui présentent des centaines de sites classés par thématiques.



Ces 2 articles répertorient de nombreuses galeries :

- <http://www.ludovicpassamonti.com/archive/2010/09/08/webdesign-inspiration-galeries-exemples-sites-ecommerce.html>
- <http://www.ludovicpassamonti.com/archive/2010/02/04/comment-trouver-inspiration-pour-webdesign-site-internet.htm>

Vous avez un projet de site e-commerce et souhaitez le concevoir avec le maximum d'efficacité dès le départ ?

Vous envisagez la refonte de votre site pour améliorer ses performances ?

N'hésitez pas à me contacter pour en parler :

- [Contact@ludovicpassamonti.com](mailto:Contact@ludovicpassamonti.com)
- 06 30 32 80 50
- Skype : Lpassamonti