
Analyse du besoin de refonte d'un site de sophrologie

Étant arrivé en cours de projet, j'ai donc dû rattraper mon retard sur le projet avant de m'y attarder. Bien que le projet n'eût commencé depuis seulement deux semaines, j'avais malheureusement raté les premières réunions. J'ai tout de même pu commencer à prendre contact avec notre cliente via Discord, plateforme de messagerie instantanée sur laquelle nous échangeons avec le groupe de projet, avant la prochaine réunion. Étant en charge de la partie IHM, j'ai commencé par m'attarder sur les parties graphiques du site actuel. Je me suis notamment basé sur le travail qu'avait déjà réalisé Sarah Brulard dans son analyse de site pour relever rapidement les points forts et faibles du site actuel. Je me suis donc occupé, dans le rapport, des parties concernant l'IHM actuelle, de l'analyse du travail à fournir et de l'analyse des sites concurrents

Afin d'offrir une analyse plus pertinente des besoins en terme d'IHM à notre cliente, je me suis donc attardé sur les sites concurrents. J'ai analysé de nombreux sites et je n'en ai gardé que trois. Le premier, et le principal, étant une concurrente directe, pratiquant dans la même zone que notre cliente. Il est donc logique d'analyser les points forts et faibles de son site, afin de faire mieux et donc logiquement, d'attirer plus de clients. En effet, ce site étant une vitrine pour notre cliente, avoir une meilleure vitrine que sa concurrente lui permettra logiquement d'avoir plus de clients. Il est important de relever que sa concurrente a fait faire son site par une entreprise professionnelle. Son site est donc bien construit et contient de nombreux éléments pertinents, qu'il serait intéressant que l'on intègre à notre site, tel que ses certificats et ses diplômes de praticienne.

J'ai aussi gardé deux autres sites de sophrologues professionnelles, eux aussi réalisés par des entreprises professionnelles et apportant eux aussi des informations intéressantes sur la manière de construire l'IHM de notre projet. Ces sites avaient une UI très recherchée, riche et dans ce qui se fait de bien aujourd'hui, donc moderne.

Cette étude des sites concurrents m'a permis d'orienter les choix des palettes de couleurs et des polices que nous allons proposer à notre cliente. Parmi tous les sites analysés, j'ai pu voir qu'il y avait 3 grandes catégories de palettes de couleurs, à savoir :

- Les palettes plutôt bleutée/grise, peu saturée et très reposante
- Les palettes plus orangée, très vive et chaleureuse, se rapprochant des goûts de notre cliente pour les couchers de soleil

- Des palettes de couleurs variées et desservant souvent mal le sujet du site, étant même parfois contradictoires avec le sujet du site. Des palettes trop extravagantes sont donc à oublier.

Au sujet des polices, je me suis longuement attardé sur une proposition d'une combinaison permettant à la fois de démarquer le site de notre cliente, ainsi que le reste de sa communication, tout en ayant une police lisible et en accord avec le sujet de notre cliente, la sophrologie. Après plusieurs tests de combinaisons, je me suis donc arrêté, en accord avec le groupe, sur la suite de polices présentées dans le rapport. Trois polices ont donc été présentées, une pour les titres, fine, élégante et douce, une pour les sous titres et pour les petites portions de textes à démarquer, enfin une dernière, très lisible dans un bloc et élégante a été choisie pour le texte.

Pour finir, dans un souci d'harmonisation des supports de communication de notre cliente, nous allons proposer lors de la prochaine réunion, le vendredi 22 mars, de refaire sa carte de visite pour être en accord avec le site. En effet, selon nous, l'identité visuelle du site doit se retrouver dans tous ses supports de communication. Une identité visuelle forte est comme une signature visuelle, permettant aux clients de la reconnaître très rapidement dès qu'ils voient une communication de sa part, comme une affiche dans la rue.