**Description courte**

Réaliser deux mini-sites pour présenter deux aspirateurs d’une gamme innovante. Valoriser ces deux produits. Respecter la charte graphique de la campagne audiovisuelle.

Produire un site peu profond (2 niveaux de navigation maximum). Offrir des outils de recherche et de comparaison des produits.

**Client** : une marque….

Budget : €

 Planning : 1 mois

Equipe : ?

**Utilisateurs** : un public peu expert en navigation mais à la recherche d’informations très précises concernant ces produits.

**Stratégie** : mettre au centre du site les produits. Les valoriser à travers l’omniprésence des visuels et leur présence en corps de page. Prioriser les informations essentielles concernant les produits et les hiérarchiser.

**Proposer un dispositif simple, en 3 temps** :

*   Page d’accueil (choix du produit que l’utilisateur veut consulter)
*   Page produit (mise en avant des qualités de ce produit : texte, vidéo,  prix, localisation)
*   Page gamme (comparaison des produits de la gamme)  Focus : la technologie JavaScript est utilisée pour offrir un affichage dynamique des attributs de chaque aspirateur sur la page produit. Dans le corps de la page, l’aspirateur est représenté sous la forme d’un visuel. Tout autour de lui gravitent ses constituants les plus performants. L’utilisateur clique sur un de ces composants. Les autres se grisent. La colonne de droite se rafraîchit automatiquement et affiche le prix, la localisation, la vidéo et le texte associés. Ce dispositif technique permet de répondre à la principale contrainte de ce projet : les composants de l’aspirateur ne possèdent pas tous une vidéo ou un texte.

L’interface, sobre, est dynamisée grâce à ce système et reste dédiée à la valorisation du produit.

**Livrables** : zonings et wireframes des pages web.