

DESIGN BRIEF — Site e-commerce pour montres connectées pour enfants

Projet UI/UX • Figma • Prototype interactif • Animation

1. Présentation du projet

Concevoir le prototype d'un site internet moderne, ludique et rassurant pour une marque spécialisée dans les montres connectées destinées aux enfants de 8 à 14 ans.

Le site devra présenter les différents modèles de montres, mettre en avant leurs caractéristiques techniques et permettre à l'utilisateur de découvrir puis d'acheter un produit.

L'expérience devra trouver un équilibre entre un univers visuel attractif pour les enfants et une communication suffisamment claire, rassurante et professionnelle pour les parents.

2. Objectifs du projet

- Créer une identité visuelle adaptée à une cible jeune.
- Concevoir une interface moderne et intuitive.
- Présenter clairement les fonctionnalités et caractéristiques des montres.
- Mettre en avant un modèle phare dans le Hero Header.
- Utiliser les animations pour démontrer les fonctionnalités de la montre.
- Concevoir un parcours permettant de découvrir et d'acheter les produits.
- Réaliser un prototype interactif complet dans Figma.
- Prévoir une expérience responsive Desktop, Tablet et Mobile.

3. Cible

Cible principale : enfants et adolescents de 8 à 14 ans.

Cible décisionnelle et secondaire : parents et responsables légaux qui recherchent une montre connectée adaptée à l'âge de l'enfant.

Le design devra donc être suffisamment coloré et dynamique pour attirer les jeunes utilisateurs, tout en transmettant confiance, simplicité, qualité et sécurité aux parents.

4. Positionnement de la marque

La marque devra être positionnée comme une marque moderne, accessible et spécialisée dans les montres connectées pour enfants.

Les produits pourront être présentés comme des objets technologiques permettant de communiquer, personnaliser l'affichage et profiter de différentes fonctionnalités du quotidien.

Le positionnement exact — fun, sportif, technologique, premium ou éducatif — sera défini dans la direction artistique.

5. Naming et identité

Le nom de la marque et le nom des modèles sont à définir.

Le projet devra prévoir :

- un nom de marque ;
- un nom pour le modèle principal présenté dans le Hero Header ;
- un logo ou logotype ;
- une signature de marque éventuelle ;
- une identité visuelle cohérente.

Exemples fictifs de noms de modèles : Kiddo Watch, ColorTime, SmartKid, Pulse Junior, Nova Kids.

6. Arborescence obligatoire

La navigation principale devra comporter au minimum :

- Accueil
- À propos de nous
- Nos montres
- Nouveautés
- Nous contacter

Des liens complémentaires peuvent être ajoutés afin d'améliorer l'expérience utilisateur : FAQ, Comparer les montres, Fonctionnalités, Guide pour les parents, Panier, Compte, Aide ou Livraison.

7. Structure de la page d'accueil

La page d'accueil devra être organisée autour des sections suivantes :

1. Hero Header
2. Caractéristiques principales
3. Présentation des fonctionnalités
4. Nos montres
5. Pourquoi choisir notre montre ?
6. Nouveautés
7. Section destinée aux parents
8. Call-to-action final
9. Footer

L'ordre des sections pourra être adapté en fonction du parcours utilisateur défini dans le prototype.

8. Hero Header

Le Hero Header doit présenter immédiatement le produit phare.

Il devra contenir :

- le nom de la montre ;

- une accroche courte ;
- une image ou représentation de la montre ;
- un CTA principal ;
- éventuellement un second CTA ;
- une mise en scène colorée et dynamique.

Exemples de CTA :

- Découvrir la montre
- Voir les fonctionnalités
- Acheter maintenant
- Découvrir la nouvelle ColorTime

Le produit doit être identifiable dès les premières secondes.

9. Présentation des caractéristiques techniques

Une section dédiée devra permettre de comprendre rapidement les caractéristiques de chaque montre.

Exemples :

- autonomie de la batterie ;
- résistance à l'eau ;
- résistance à la poussière ;
- taille et poids ;
- type d'écran ;
- connectivité ;
- compatibilité ;
- capacité de stockage ;
- matériaux ;
- couleurs disponibles ;
- type de recharge.

Les informations devront être présentées sous forme de cartes, pictogrammes ou indicateurs afin d'être facilement compréhensibles.

10. Fonctionnalités de la montre

Le site devra démontrer visuellement ce que la montre peut faire.

Fonctionnalités possibles :

- affichage de l'heure ;
- changement de cadran ;
- affichage de différents thèmes ;
- réception ou consultation de messages ;

- notifications ;
- personnalisation des couleurs ;
- suivi d'activités ;
- alarmes et rappels ;
- chronomètre ;
- fonctions sportives ;
- autres fonctionnalités adaptées au produit.

Les fonctionnalités réellement retenues devront correspondre au modèle présenté.

11. Animations et micro-interactions

Les animations constituent un élément important du projet.

Elles pourront être utilisées pour :

- montrer le changement de cadran ;
- simuler la réception d'un message ;
- faire défiler les fonctionnalités ;
- présenter les différents coloris ;
- mettre en évidence une caractéristique technique ;
- animer les boutons et cartes ;
- créer des transitions entre les sections.

Les animations devront rester rapides, fluides et utiles. Elles ne doivent pas nuire à la compréhension du contenu.

12. Design des produits

Les montres devront être présentées dans plusieurs coloris afin de renforcer l'aspect jeune et personnalisable.

Prévoir :

- différentes couleurs ;
- vue principale du produit ;
- éventuellement vue de côté ou arrière ;
- nom du modèle ;
- prix ;
- caractéristiques principales ;
- disponibilité ;
- CTA d'achat.

Une fonction permettant de sélectionner une couleur pourra modifier visuellement la montre dans le prototype.

13. Page « Nos montres »

Cette page présentera l'ensemble de la gamme.

Prévoir :

- grille de produits ;
- filtres éventuels ;
- sélection de couleurs ;
- prix ;
- caractéristiques principales ;
- badge « Nouveau » ou « Best-seller » ;
- CTA « Découvrir » ou « Acheter ».

Une fonction de comparaison entre plusieurs modèles peut être ajoutée.

14. Page « Nouveautés »

La page Nouveautés devra mettre en avant les nouveaux modèles et fonctionnalités.

Prévoir :

- Hero ou bandeau dédié ;
- nouveau modèle ;
- nouveautés techniques ;
- nouveaux coloris ;
- animations ;
- CTA.

L'objectif est de créer une sensation de nouveauté et de renouvellement de la gamme.

15. Page « À propos de nous »

Cette page devra présenter la marque et ses valeurs.

Contenu possible :

- histoire de la marque ;
- mission ;
- conception des produits ;
- philosophie ;
- valeurs ;
- innovation ;
- approche destinée aux enfants et aux familles.

Le ton devra rester positif, simple et rassurant.

16. Page « Nous contacter »

Prévoir une page de contact comprenant :

- formulaire de contact ;
- nom/prénom ;

- adresse e-mail ;
- sujet ;
- message ;
- bouton d'envoi.

Ajouter éventuellement :

- FAQ ;
- assistance ;
- informations de livraison ;
- réseaux sociaux ;
- horaires ou informations du service client.

17. E-commerce et parcours d'achat

Le prototype devra montrer comment l'utilisateur peut passer de la découverte du produit à l'achat.

Parcours conseillé :

Accueil → découverte de la montre → caractéristiques → sélection de la couleur → fiche produit → ajout au panier → panier → commande.

Prévoir au minimum les écrans nécessaires pour démontrer le parcours.

Les informations importantes comme le prix, les coloris disponibles et les caractéristiques doivent être facilement accessibles.

18. Direction artistique

La charte graphique devra être adaptée à une audience de 8 à 14 ans tout en restant crédible pour les parents.

Pistes possibles :

- couleurs vives et complémentaires ;
- formes arrondies ;
- typographie moderne ;
- illustrations simples ;
- pictogrammes ;
- compositions dynamiques ;
- éléments graphiques inspirés de la technologie.

Éviter une esthétique trop enfantine destinée aux très jeunes enfants. Le design doit correspondre à une cible préadolescente et adolescente.

19. Design system Figma

Le fichier Figma devra comporter un mini design system comprenant :

- palette de couleurs ;
- typographies ;

- boutons ;
- navigation ;
- cartes produits ;
- cartes de caractéristiques ;
- badges ;
- pictogrammes ;
- champs de formulaire ;
- composants de sélection de couleur ;
- éléments du footer ;
- états hover et actifs.

Utiliser les composants, variantes, propriétés et Auto Layout lorsque cela est pertinent.

20. UX et navigation

Le parcours utilisateur devra être simple et intuitif.

Principes attendus :

- hiérarchie visuelle claire ;
- navigation constante ;
- CTA visibles ;
- informations importantes facilement accessibles ;
- contenu scannable ;
- cohérence des interactions ;
- feedback visuel ;
- réduction du nombre d'étapes inutiles.

Le site doit répondre rapidement aux questions principales : Quelle est la montre ? Que peut-elle faire ? Combien coûte-t-elle ? Quelle couleur choisir ? Comment l'acheter ?

21. Responsive design

Le prototype devra prévoir au minimum trois formats :

- Desktop : 1440 px
- Tablet : 768 px
- Mobile : 390 px

Les composants devront s'adapter aux différentes tailles d'écran.

Une attention particulière sera portée au Hero Header, aux cartes produits, aux caractéristiques, aux animations et au parcours d'achat sur mobile.

22. Accessibilité et bonnes pratiques

- Contraste suffisant entre texte et arrière-plan.

- Typographies lisibles.
- Boutons suffisamment grands sur mobile.
- Informations techniques clairement hiérarchisées.
- Animations non indispensables à la compréhension.
- États interactifs visibles.
- Formulaire clairement identifiés.
- Alternative textuelle pour les informations importantes présentées visuellement.

23. Contenus à prévoir

Le projet devra prévoir des textes réalistes, même si la marque est fictive.

À produire :

- nom de marque ;
- noms des modèles ;
- slogans ;
- descriptions courtes ;
- descriptions longues ;
- caractéristiques ;
- fonctionnalités ;
- prix fictifs ;
- CTA ;
- messages de confirmation ;
- textes du formulaire de contact.

Le contenu devra être suffisamment réaliste pour permettre une présentation professionnelle du prototype.

24. Fonctionnalités complémentaires possibles

L'étudiant est encouragé à enrichir le projet avec des fonctionnalités supplémentaires pertinentes.

Exemples :

- comparateur de montres ;
- filtre par couleur ;
- filtre par fonctionnalités ;
- recherche ;
- wishlist ;
- FAQ interactive ;
- guide de choix « Quelle montre pour mon enfant ? » ;
- animations avancées ;
- personnalisation du cadran ;
- sélecteur de couleurs ;

- simulateur de fonctionnalités ;
- panier interactif.

25. Livrables attendus

- Naming et identité de marque.
- Logo/logotype.
- Moodboard.
- Charte graphique.
- Arborescence.
- Wireframes.
- Design system.
- Maquettes haute fidélité.
- Prototype Figma interactif.
- Version Desktop.
- Version Tablet.
- Version Mobile.
- Animations et micro-interactions.
- Parcours de découverte du produit.
- Parcours d'achat.
- Pages obligatoires.
- Présentation finale du projet.

26. Critères d'évaluation

UX — 25 % : qualité du parcours, navigation, hiérarchie et facilité d'utilisation.

UI — 25 % : qualité graphique, cohérence, typographie, couleurs et composants.

Respect du brief — 15 % : présence des pages, Hero Header, CTA, produits et caractéristiques.

Figma — 15 % : organisation du fichier, composants, Auto Layout, variantes et prototype.

Animations — 10 % : pertinence, fluidité et qualité des interactions.

Responsive — 5 % : adaptation aux différents formats.

Présentation — 5 % : qualité de la présentation et justification des choix.

27. Brief créatif final

Imaginez une marque de montres connectées qui souhaite rendre la technologie plus accessible et plus fun pour les 8-14 ans.

Votre mission est de créer une expérience web capable de séduire immédiatement par son univers coloré et dynamique, tout en donnant aux parents les informations nécessaires pour comprendre le produit.

Le site doit mettre la montre au centre de l'expérience : son design, ses couleurs, ses fonctionnalités et ses caractéristiques doivent être présentés de manière visuelle et interactive.

Le résultat attendu est un prototype professionnel, moderne, responsive et suffisamment réaliste pour être transformé ensuite en véritable site e-commerce.