

Brief : création
d'une marque de
sneakers et de son
site Web

Introduction

Le marché mondial de la sneakers devrait augmenter à un taux de croissance annuelle cumulée de 7% entre 2020 et 2024.

L'Asie-Pacifique représente la région dominante sur ce marché en raison d'une population extrêmement nombreuse et d'une hausse du revenu disponible moyen.

La France constitue un marché dynamique **puisque les ventes de baskets y ont augmenté de 50% en cinq ans** et la tendance à la hausse devrait se poursuivre dans les années à venir.

Ces éléments démographiques combinés à **la volonté croissante d'avoir un style de vie sain et sportif et à l'engouement pour des vêtements plus confortables** expliquent l'importance de ces régions pour le marché mondial de la sneakers.

Brief : création d'une marque de sneakers et de son site Web

Avant-propos

L'objectif de ce brief créatif est de vous encourager à créer une marque de sneakers de A à Z.

Son nom, concept, positionnement, sa cible de clients, son lieu d'origine, etc. tout devra être choisi afin de concevoir une marque unique et cohérente.

La communication, les supports que vous choisirez, le ton que vous utilisez, les visuels que vous sélectionnez auront tous un impact sur la perception que les consommateurs auront de votre marque et sur leur acte d'achat.

Vous devrez construire cette marque, sa communication digitale et concevoir son site Web en équipe de 3 à 4 étudiants.

Chiffres clés

- 1 500 milliards d'euros (2019) pour le marché de l'habillement et la chaussure dans le monde.
- 90 milliards d'euros (2021) pour la chaussure de sport dans le monde.
- 20 milliards d'euros (2020) pour la chaussure de luxe dans le monde.
- 14 paires en moyenne dans les placards des françaises (2020)
- 57% des français estiment qu'une paire de chaussures doit être pratique et confortable avant tout.

Brief : création d'une marque de sneakers et de son site Web

Petits et Grands

Sur le marché français de la sneakers les principaux acteurs sont les fabricants de sneakers au premier rang desquels les géants Nike et Adidas (ainsi que Converse qui complète le podium en 2021) et les distributeurs de sneakers comme Courir, Intersport ou encore Decathlon.

Malgré tout, d'autres marques arrivent à vivre de cette mouvance en ayant **des valeurs et une promesse différente**. Vegan, Durables, Épurées, Françaises, Bio, les sneakers sont aussi variées qu'agréables à porter !

BALT, VEJA, UBAC, SAYE, OTA, SESSILE, CAVAL, IGWE...

Toutes ces marques arrivent à se distinguer par un concept fort et lisible, qui engage le consommateur.

L'enjeu de la création du site

Votre marque souhaite se doter d'un **un nouveau site web** qui intégrera les différents modèles proposés à la vente. Cet espace est un élément essentiel de votre communication et respectera l'univers graphique de votre marque tout en étant doté de toutes les fonctionnalités d'un site marchand en ligne.

Les différents univers : femme, homme, enfants, etc **doivent être distingués et valorisés** en multipliant les accès au sein du nouveau site.

Les objectifs du site

Informer

- Création d'une page présentant votre concept et vos valeurs
- Création d'un blog permettant de suivre la réflexion autour de la conception et de la production de vos sneakers
- Réalisation d'un système de mise en avant (avec une rotation des produits selon les périodes de l'année, événements, etc)
- Mise en avant des modes de livraison et/ou de retrait
- Toute idée supplémentaire allant dans cette direction sera retenue.

Les objectifs du site

Séduire

- Proposer des produits relatifs au produit regardé
- Mettre en avant vos missions, vos valeurs, vos engagements, votre concept et votre singularité
- Valoriser les sneakers et les mettre en situation visuellement
- Proposer plusieurs visuels des produits (zoomés, portés, etc)
- Toute idée supplémentaire allant dans cette direction sera retenue.

Les objectifs du site

Fidéliser

- Proposer un concept fort & engageant pour les consommateurs
- Mettre en place un système de carte cadeau, parrainages
- Informer pour créer et maintenir le contact (en utilisant les newsletters, réseaux sociaux, etc)
- Proposer une sélection d'offres spéciales, de ventes privées, de ventes en durée limitée, etc...
- Toute idée supplémentaire allant dans cette direction sera retenue.

Brief : création d'une marque de sneakers et de son site Web

Les objectifs du site

Vendre

- Générer du trafic qualifié sur le site en utilisant les réseaux d'affiliation, le CRM, le SEO/SEA, les réseaux sociaux...
- Mettre en oeuvre une démarche d'ergonomie incitative (suggestion de produits similaires, auto-complétion, etc...)
- Créer une liste de souhaits et pouvoir comparer des produits
- Toute idée supplémentaire allant dans cette direction sera retenue.

Les problématique de la refonte

- Quel type de sneakers vend votre marque ? Sous quel angle ? À qui les vend-elle ? Combien ? Qui sont ses concurrents ? etc.
- Quel nom de marque retranscrit efficacement ce concept ?
- Comment créer **une expérience de shopping différenciante** ?
- Comment imaginer **une mise en scène qui fait vendre** ?
- Quelle est la personnalité de votre marque, son slogan, ses valeurs, son esthétique ?
- Comment transmettre l'identité via pictogramme/typographie/couleurs/éditorial ?

Livrables attendus

- Un document présentant les personas retenus et leurs besoins
- Un benchmark concurrentiel (20 slides environ)
- Un moodboard traduisant l'univers visuel de votre marque
- La maquette fonctionnelle et la maquette visuelle des pages du site Web/mobile réalisés sur Figma
- Un prototype animé et interactif réalisé sur Figma
- Une note d'intention précise de vos choix de design
- Un carnet de bord retraçant l'évolution de votre travail au jour le jour : croquis, photographies, choix, etc...
- Une série d'éléments graphiques permettant de comprendre votre communication digitale : newsletter, banners, posts RS...



Exemple de planche tendance pour une marque de sneakers.