

# Audit de l'Expérience Utilisateur (UX) : Bijouterie Vitchi

Site audité : <https://bijouterie-vitchi.com/>

## Introduction

La **Bijouterie Vitchi** est une enseigne de haute joaillerie qui se distingue par un positionnement moderne et élégant. Elle propose des créations allant de la haute horlogerie aux bijoux de mariage (solitaires, alliances). Son identité visuelle repose sur un mélange audacieux de **mauve et de blanc**, avec une typographie en **noir**, ce qui lui confère une image de marque à la fois sophistiquée et contemporaine, se démarquant des codes traditionnels du luxe.

## 1. Analyse des Composants & Points Forts

- **Identité Visuelle Unique** : Le choix du **mauve** associé au blanc crée une signature visuelle forte. C'est un excellent point UX pour la mémorisation de la marque (Branding).
- **Lisibilité** : L'utilisation du noir pour les textes sur fond blanc ou mauve clair assure un bon contraste, facilitant la lecture des descriptions de produits.
- **Outil de Comparaison ("Add to Compare")** : Permet une analyse rationnelle des produits, une fonctionnalité parfaite pour les clients hésitant entre plusieurs investissements précieux.
- **Prise de Rendez-vous Visible** : Le module de contact à droite est un point de conversion direct très efficace pour un service personnalisé.
- **Preuve Sociale** : La présence des avis Google directement sur le site rassure immédiatement l'utilisateur sur la fiabilité de la bijouterie.

## 2. Problèmes Identifiés (Points de Friction)

- **Absence de Barre de Recherche** : Malgré un beau catalogue, l'utilisateur ne peut pas chercher directement un mot-clé (ex: "collier perle"), ce qui nuit à l'efficacité de la navigation.
- **Opacité Tarifaire** : L'absence de prix visibles et le renvoi systématique vers WhatsApp peut être perçu comme un manque de transparence, freinant l'achat impulsif ou la planification budgétaire.
- **Éléments Statiques Frustrants** : \* Le logo **GIA** (expert diamantaire) n'est pas cliquable, alors qu'il devrait servir de preuve de certification.
  - La mention "**By Mohammed Aalami**" reste textuelle, empêchant l'utilisateur de découvrir l'histoire et le savoir-faire du créateur.

- **Blog peu Engageant** : Les articles actuels manquent de dynamisme visuel et de structure éditoriale pour donner envie de lire.

### **3. Solutions & Optimisations Proposées (Analyse Approfondie)**

#### **A. Navigation et Recherche**

- **Intégration d'un moteur de recherche interne** : Placé dans le header, il permettrait de filtrer par type de pierre, métal ou prix (si affichés).
- **Maillage Interne Interactif** : Rendre le logo GIA cliquable vers un guide éducatif sur les diamants et lier le nom du créateur à une page "Storytelling" pour humaniser la marque.

#### **B. Expérience Immersive et Aide au Choix**

- **Réalité Augmentée (Filtre main)** : Proposer un bouton "Essayer virtuellement" sur les fiches produits (bagues) pour projeter le bijou sur la main du client via son smartphone.
- **Optimisation du Comparateur** : Ajouter les avis clients spécifiques à chaque modèle comparé pour aider à trancher entre deux bijoux selon l'expérience des autres acheteurs.

#### **C. Stratégie Inbound Marketing (Le Blog)**

- **Contenu Écosystème Mariage** : Créer des articles sur les "Wedding Planners" ou les lieux de réception.
- **Valorisation Photographique** : Collaborer avec des photographes de mariage pour illustrer les blogs. Par exemple, un article sur "Les plus belles photos de mariage" incluant des gros plans sur les mains portant des alliances Vitchi.
- **Mise en page** : Utiliser des galeries d'images haute définition pour casser les blocs de texte et refléter le prestige du mauve et du blanc.

#### **D. Réassurance et Support**

- **Affichage des prix** : Introduire une mention "À partir de..." pour donner un repère financier tout en gardant l'exclusivité du sur-mesure.
- **Chatbot Intelligent** : Installer un assistant virtuel qui utilise la charte graphique (boutons mauves) pour guider le client avant de le basculer sur WhatsApp si nécessaire.