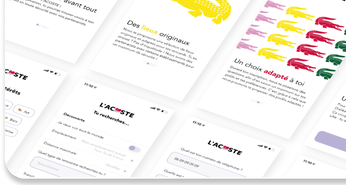
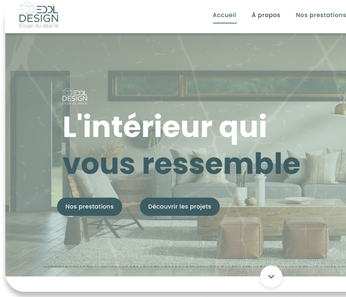
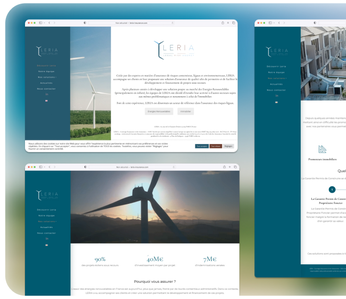
MON **PORTFOLIO**

Manon THILLAY-ISNARD











Page 4 - 💼 MON **PARCOURS** PROFESSIONNEL
Découvrez mon parcours professionnel

Page 5 - 🐊 LE PROJET **L'ACOSTE** AKA "ELLE ACCOSTE"
Conception de logo et UI Design

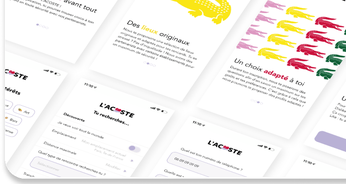
Page 30 - 🤖 LE PROJET **CHATBOT AI** (DECOUVREZ ALEX, VOTRE NOUVEAU BESTIE)
UI/UX Design

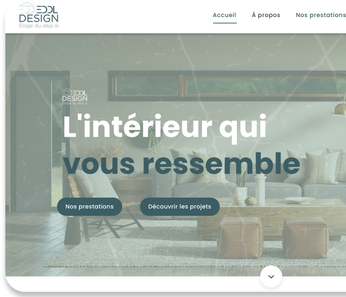
Page 20 - 🎨 LE PROJET WEB **EDDL DESIGN**
UI/UX Design | Wordpress

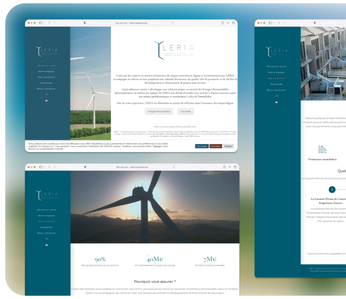
Page 36 - 💨 LE PROJET **LERIA**
UI/UX Design | Wordpress

Page 43 - 🍔 LE PROJET **JIMMZ** LE FAST FOOD DE LA VIDÉO
Conception de logo et UI Design

Page 53 - 📱 LE PROJET **BOUYGUES TELECOM**
UI/UX Design











MON **IDENTITÉ**



Manon **T**hillay **I**snard

💼 MON **PARCOURS** PROFESSIONNEL

D'octobre 2023
à février 2024

Mission de 5 mois

Product Owner chez Exane BNP Paribas

Davidson, Boulogne

- Gestion du projet web Exane BNP Paribas
- Maquettages sur Figma
- Pilotage et conseils sur les aspects créa/design, UX, fonctionnels
- Spécifications
- Recettage
- Maintenance et suivi

De janvier 2022
à septembre 2023

Chargée de marketing Digital & UI Design

SAAM Verspieren Group & Verspieren Global Market, Paris 9ème

- Gestion des projets digitaux de A à Z
- Travail en étroite collaboration avec l'équipe IT/dev
- Création de sites web avec Wordpress
- Maquettage sur Figma et XD
- Création d'identités visuelles
- Création de plaquettes, flyers, bannières dans diffférentes langues
- Création de visuels (stands, bannières, flyers) pour les salons
- Communication : gestion des réseaux sociaux et création de contenus

De septembre 2020
à janvier 2022

Chargée de Marketing Digital

SAAM Verspieren Group, Paris 9ème

De janvier 2020 à
février 2020

Stage de 2 mois

Assistante dans le service export

Mayoli Spindler, Chatou

De mai 2019 à
juillet 2019

Stage de 3 mois

Assistante dans le service marketing

Elekta, Atlanta, USA

Manon
THILLAY-ISNARD

Webdesign | UX/UI design



Passionnée de création et avec un esprit rempli d'imagination depuis mon plus jeune âge, j'ai décidé de me tourner vers un métier passion. C'est pourquoi aujourd'hui je me suis lancée dans le design web en UX & UI Design.

Avec ce portfolio, je vous invite à rentrer dans ma tête et découvrir certains de mes projets à travers mon regard et ma méthodologie.

Master en UX Management et stratégie de l'innovation

Sup de pub, Paris 15ème

Master en Marketing Digital et Réseaux Sociaux

Sup de pub, Paris 15ème

Nom du projet
L'ACOSTE - L'APP DE RENCONTRE

Temps consacré
1 semaine

Résumé du projet
Au cours d'un atelier d'une semaine, nous avons été chargées de transformer une marque existante en un nouveau produit tout en conservant ses éléments identitaires clés.

Logiciels utilisés
Illustrator
Pinterest
Procreate
Adobe XD


L'ACOSTE

LE PROJET **L’ACOSTE** (AKA “ELLE ACCOSTE”)



Mon binôme et moi avons choisi la marque de prêt-à-porter LACOSTE, que nous avons transformé en "L'ACOSTE", une application de rencontre.

J'ai également revu l'identité visuelle de la marque tout en préservant son emblématique crocodile.

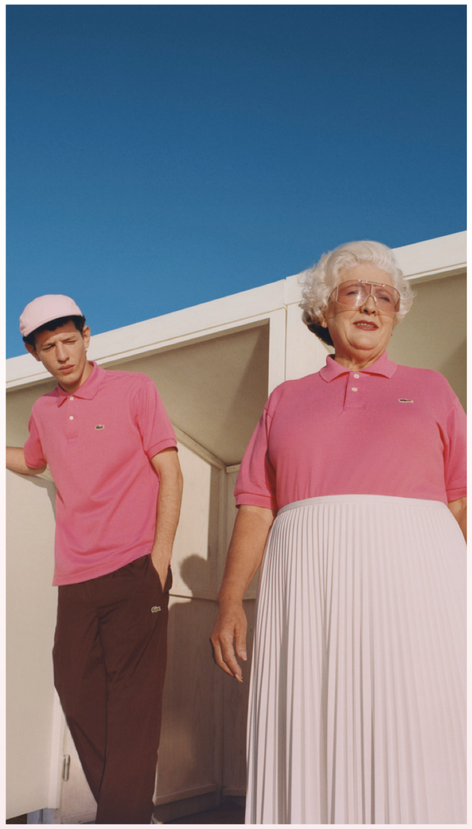
Ce projet m'a permis de développer mes compétences sur Illustrator, Adobe XD et Photoshop. Nous collaborions sur la conception du prototype de l'application.

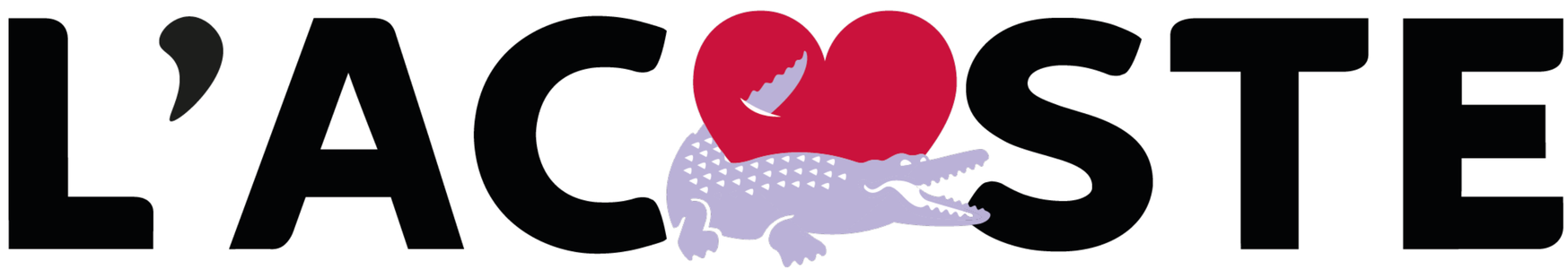
✏️ LE **LOGO** ET SON **MOODBOARD**

Pour garder l’esprit de la marque Lacoste, j’ai choisi de reprendre leur logo de 2001 mais de changer une lettre et y mettre le thème de l’amour. L’iconique crocodile est toujours visible et transperce avec sa queue le coeur rouge amour. Et l’inspi ? Tout simplement une campagne de LACOSTE même qui utilise des tons pastels et qui rend bien ce côté “love”. Cette campagne mettait en avant la célébration des rencontres inattendues, quoi de mieux pour notre app de rencontre ?

La typographie du logo est la «LACOSTE». Comme indiqué dans le nom elle a été inventé par et pour la marque.







#BAB1D7

#CA123C

#030405



L'APPLICATION MOBILE

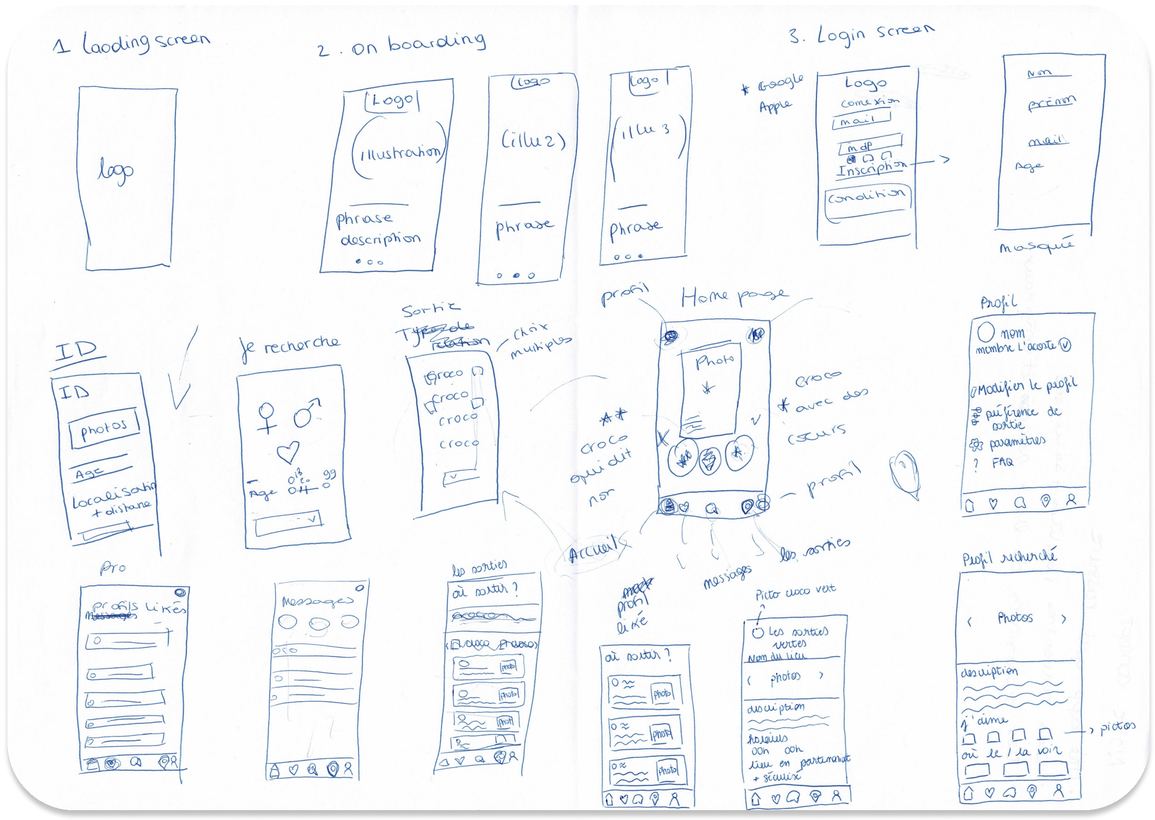
L'ACOSTE

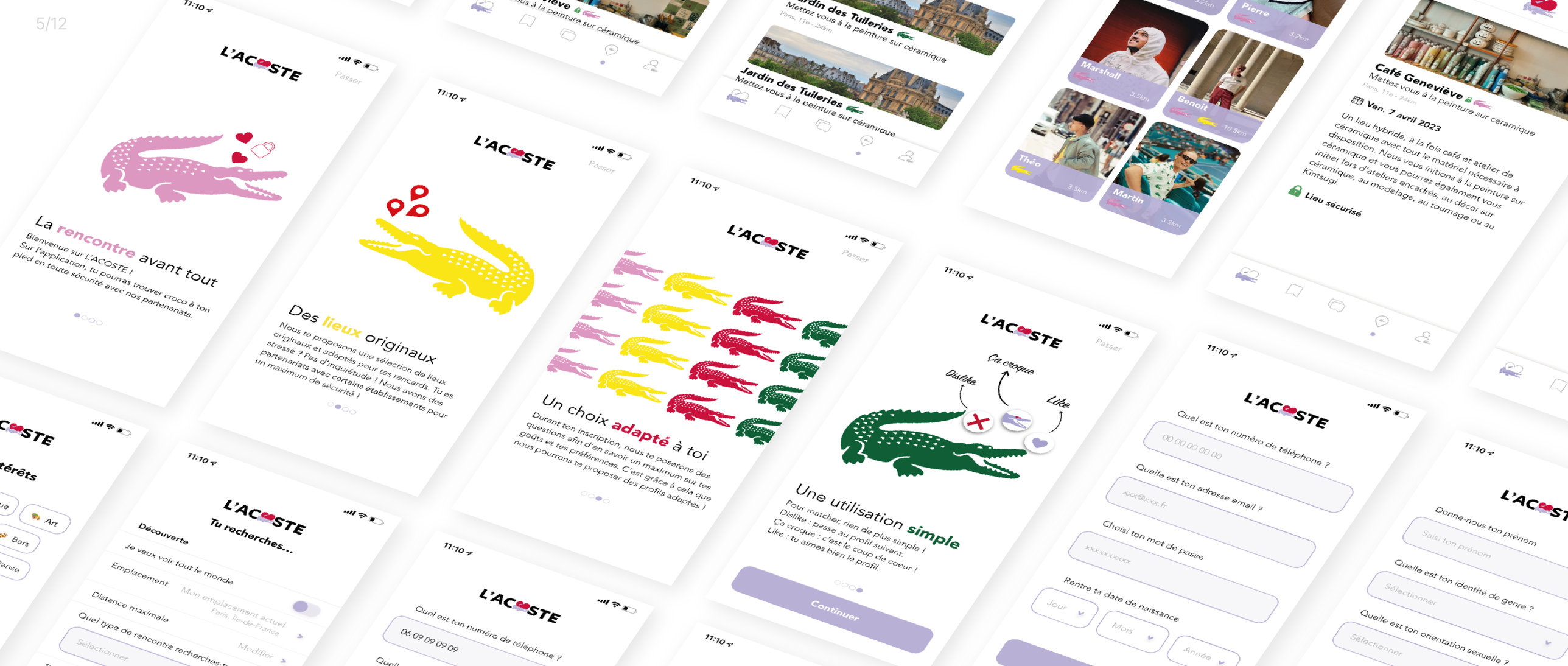


📱 L’APPLICATION MOBILE

Pour compléter cette refonte d'identité, nous avons développé une application de rencontre. Nous avons réalisé les maquettes pour la partie inscription, ainsi que pour les pages de profil et de match.

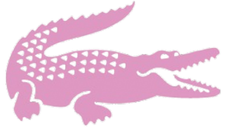
Je vous l’accorde ce n’est pas ma plus belle réalisation, mais cela a été le point de départ du projet et cela a clarifié la direction que prendrait L'ACOSTE et son apparence. Alors, gardez bien à l'esprit ce petit bijou de design en découvrant la suite !




L'ACOSTE
Passer
La rencontre avant tout
Bienvenue sur L'ACOSTE !
Sur l'application, tu pourras trouver croco à ton pied en toute sécurité avec nos partenariats.
Des lieux originaux
Nous te proposons une sélection de lieux originaux et adaptés pour tes rencards. Tu es stressé ? Pas d'inquiétude ! Nous avons des partenariats avec certains établissements pour un maximum de sécurité !
Un choix adapté à toi
Durant ton inscription, nous te poserons des questions afin d'en savoir un maximum sur tes goûts et tes préférences. C'est grâce à cela que nous pourrons te proposer des profils adaptés !
Une utilisation simple
Pour matcher, rien de plus simple !
Dislike : passe au profil suivant.
Ça croque : c'est le coup de coeur !
Like : tu aimes bien le profil.
Continuer
Ça croque
Dislike
Like
Découverte
Je veux voir tout le monde
Emplacement
Mon emplacement actuel
Paris, Île-de-France
Distance maximale
Modifier
Quel type de rencontre recherches-tu ?
Sélectionner
Tu recherches...
Quel est ton numéro de téléphone ?
06 09 09 09 09
Jardin des Tuileries
Mettez vous à la peinture sur céramique
Paris, 11e - 24km
Marshall
3.5km
Benoit
10.5km
Théo
3.5km
Martin
3.2km
Pierre
3.2km
Café Geneviève
Ven. 7 avril 2023
Un lieu hybride, à la fois café et atelier de céramique avec tout le matériel nécessaire à disposition. Nous vous initions à la peinture sur céramique et vous pourrez également vous initier lors d'ateliers encadrés, au décor sur céramique, au modelage, au tournage ou au Kintsugi.
Lieu sécurisé
Quel est ton numéro de téléphone ?
00 00 00 00 00
Quelle est ton adresse email ?
xxx@xxx.fr
Choisi ton mot de passe
xxxxxxxxx
Rentre ta date de naissance
Jour
Mois
Année
Donne-nous ton prénom
Saisi ton prénom
Quelle est ton identité de genre ?
Sélectionner
Quelle est ton orientation sexuelle ?
Sélectionner

LES CROCOS

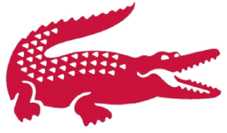
Explication des crocos...



Le **croco rose** aka manuel
Découvrez les sorties manuelles autour de chez vous et proposez à votre date une sortie simple ou plus insolite et découvrez votre fibre artistique.



Le **croco jaune** aka culturel
Découvrez les sorties culturelles autour de chez vous et proposez à votre date une sortie simple ou plus insolite dans les lieux historiques autour de chez vous.



Le **croco rouge** aka festif
Découvrez les sorties festives autour de chez vous et proposez à votre date une sortie simple ou plus insolite dans les lieux animés autour de chez vous.



Le **croco vert** aka verdure
Découvrez les sorties vertes autour de chez vous et proposez à votre date une sortie simple ou plus insolite dans les lieux verdoyants autour de chez vous.

🎨 LE MINI DESIGN SYSTEM

TYPOGRAPHIE

TITLE/HEADING

Avenir Heavy

a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

BODY/TEXT

Avenir Light

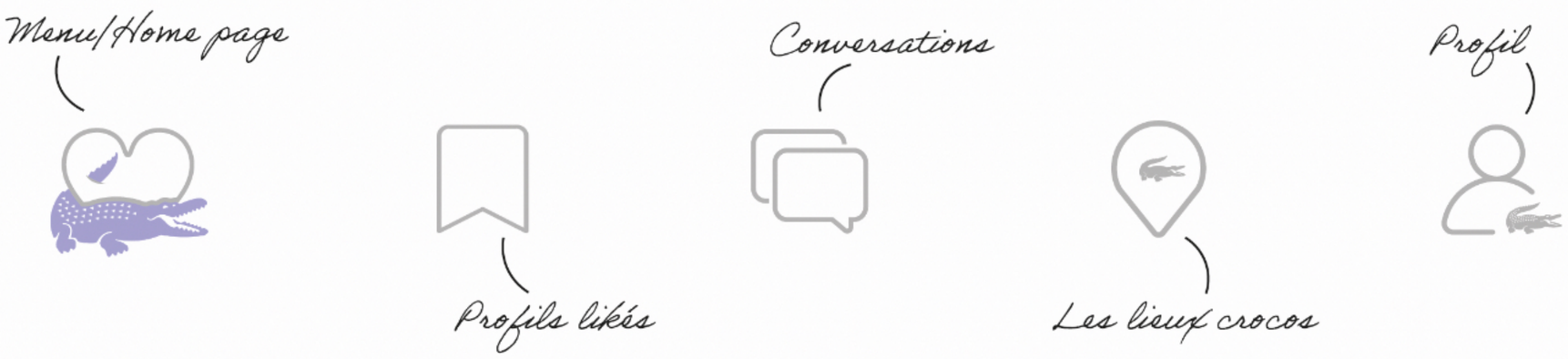
a b c d e f g h i j k l m n o p
q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

COULEURS PRINCIPALES

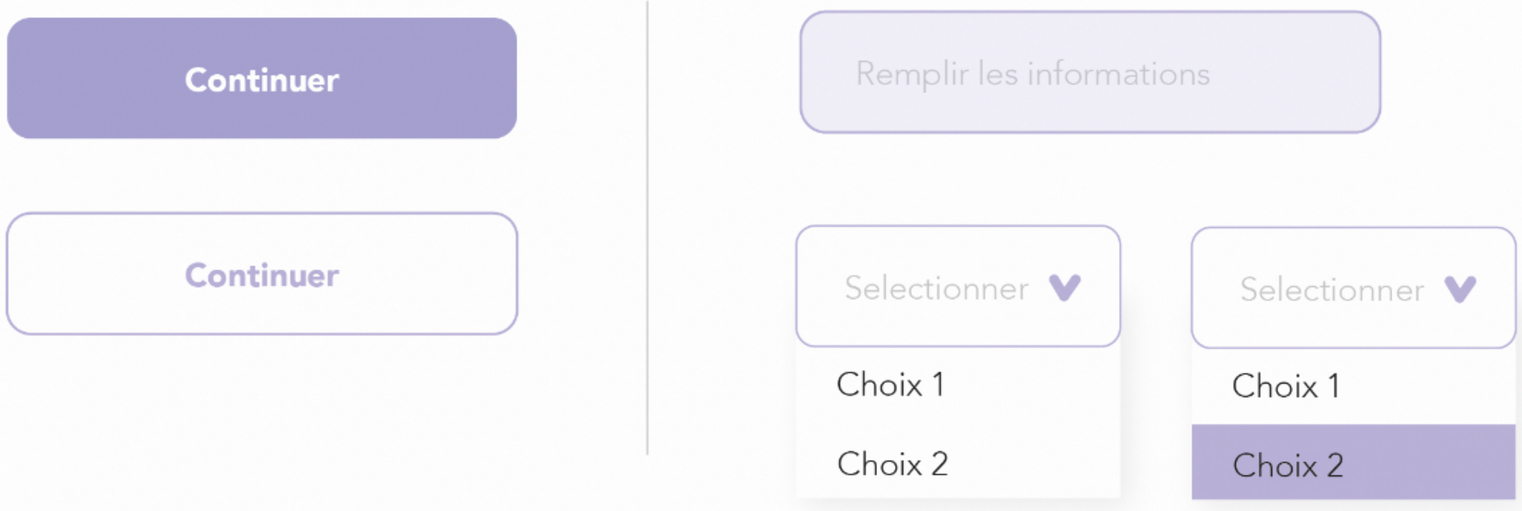
#B9B1D8 #F3F3F3 #FFFFFF

ICÔNOGRAPHIE DU MENU



BOUTONS

Contour rayon 3 mm



ONBOARDING

Une fois l'application téléchargée, l'utilisateur doit swipper sur 4 unboardings qui expliquent le concept et la suite à venir, c'est-à-dire l'inscription pour trouver son match.





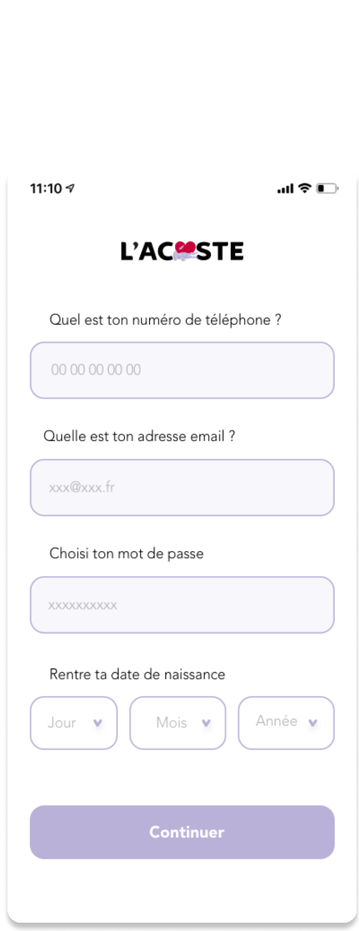




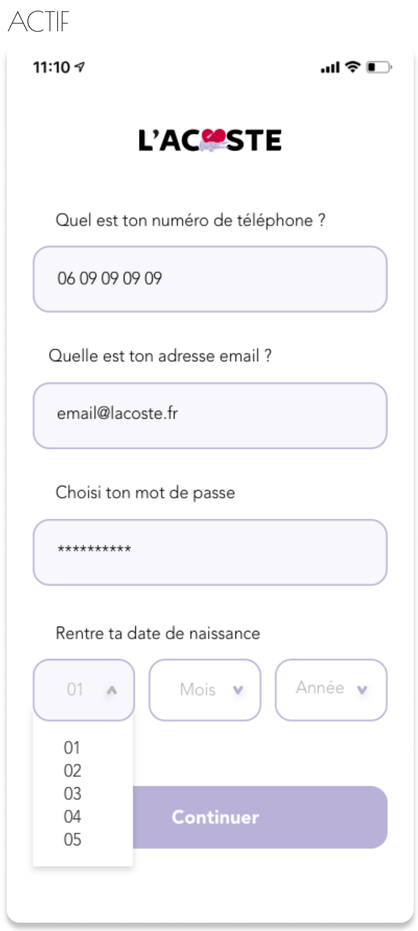
📱 L’INSCRIPTION

Pour l'inscription, nous collecterons les informations habituelles telles que l'adresse e-mail, le numéro de téléphone et la date de naissance. Ensuite, nous plongeons dans la partie plus spécifique à l'application de rencontres. Nous commençons simplement par demander le prénom.

Nous avons ainsi franchi la première étape, abandonnant les formalités précédentes pour nous concentrer réellement sur la personne. Le prénom marque le début, puis les questions évoluent vers des sujets plus personnels, abordant la sexualité et l'identité de genre.



ACTIF





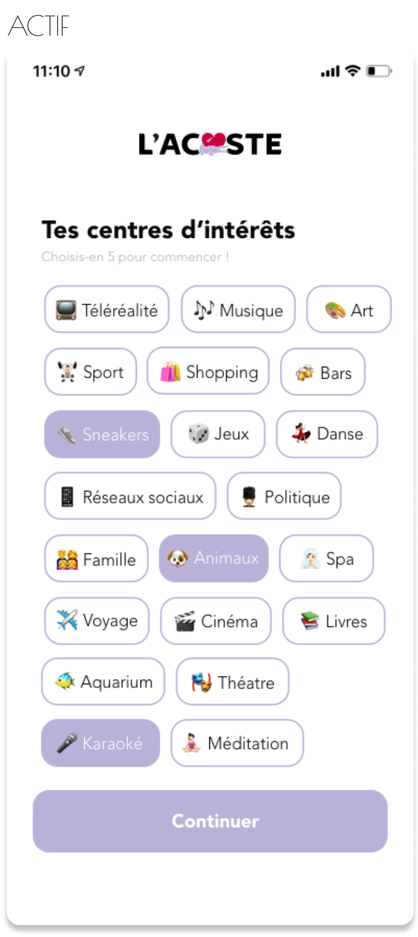
ACTIF



ACTIF

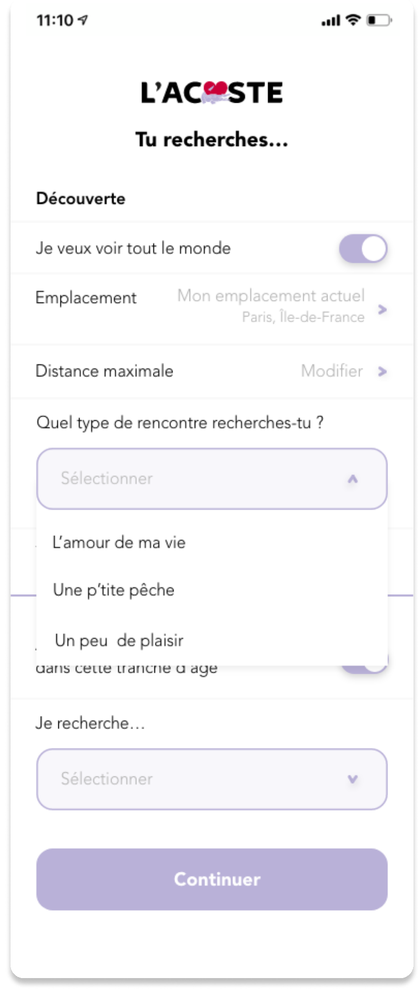


ACTIF



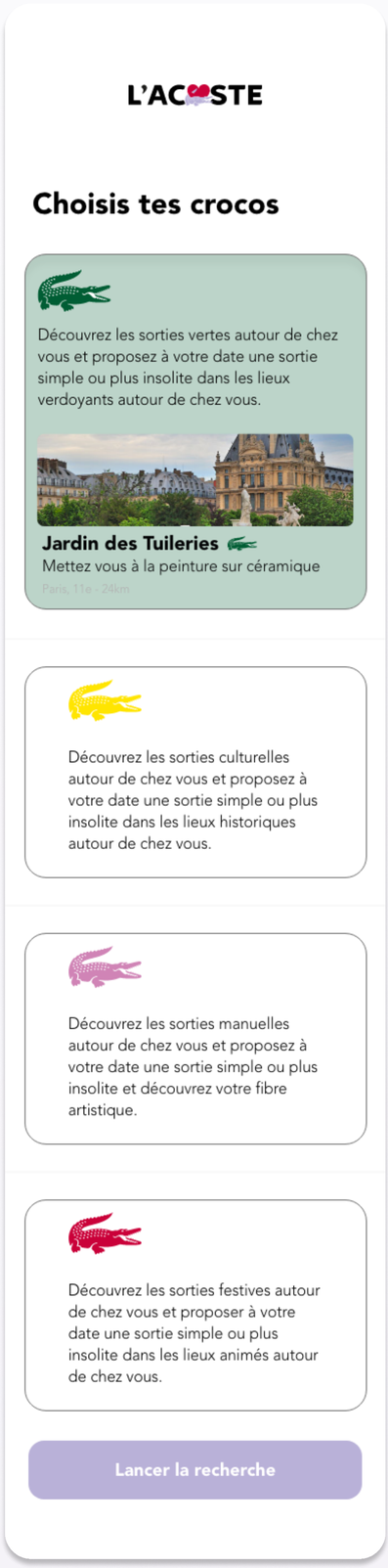


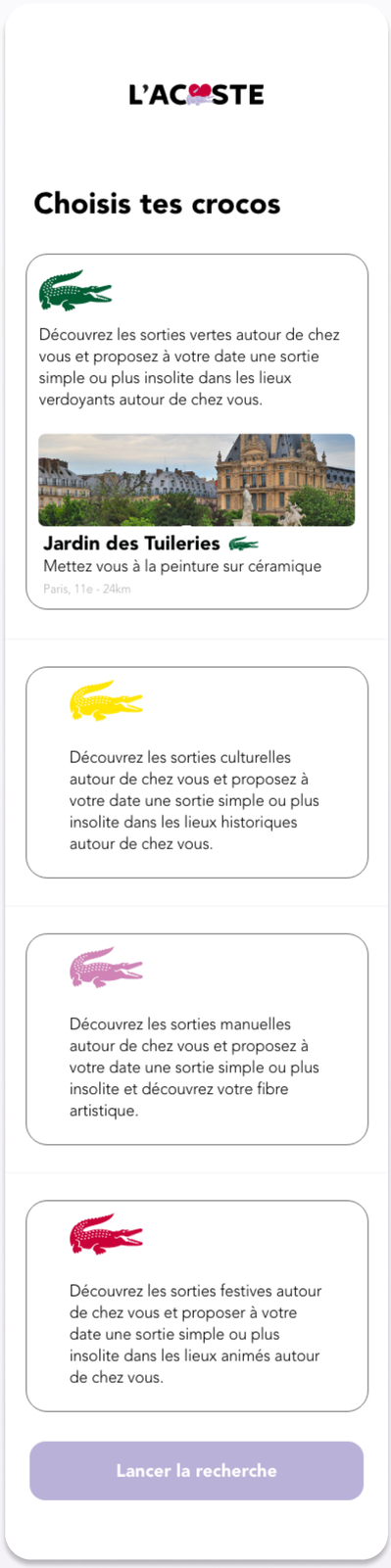
ACTIF



LE CHOIX DES CROCOS

Arrive le choix décisif des crocos, lesquels seront sélectionnés...

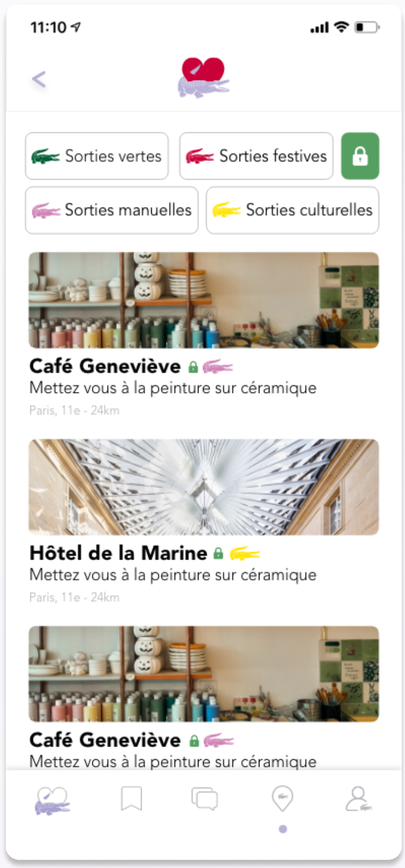




LES SORTIES CROCOS

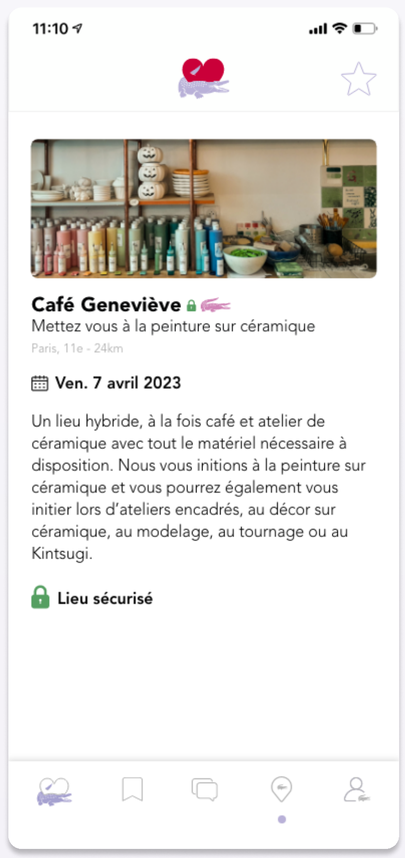
Ici, on passe aux choses sérieuses. Vous pouvez découvrir les différents lieux de sorties et filtrer en fonction de son choix de croco. Vous pouvez aussi voir les lieux dit «safes», avec qui nous sommes en partenariat.

SÉLECTIONNER



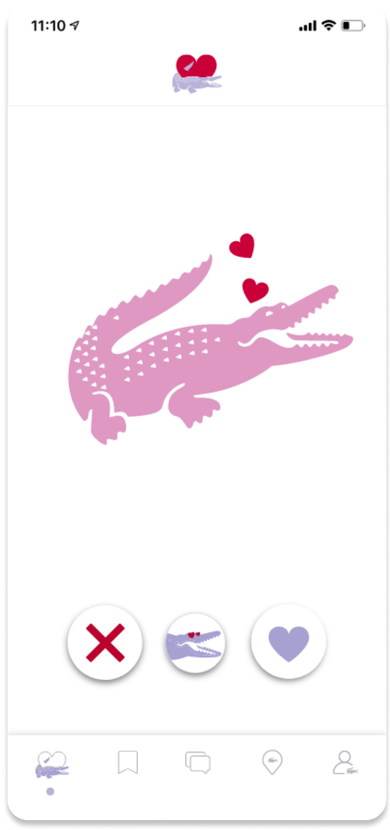


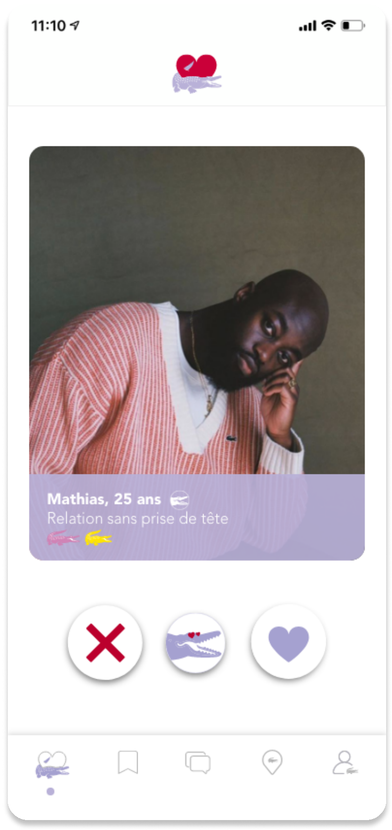
EN DÉTAILS

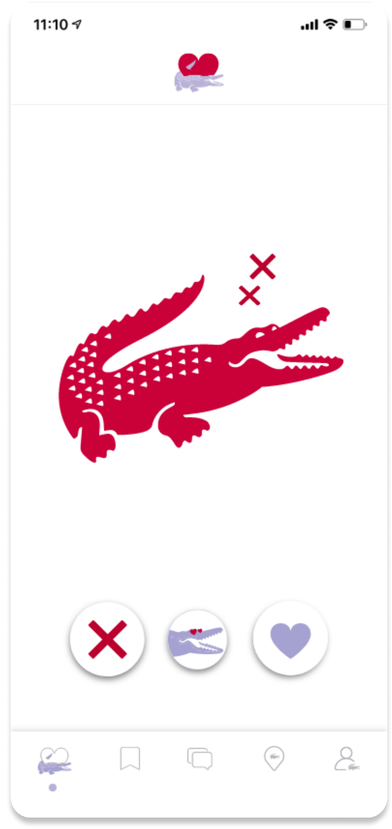




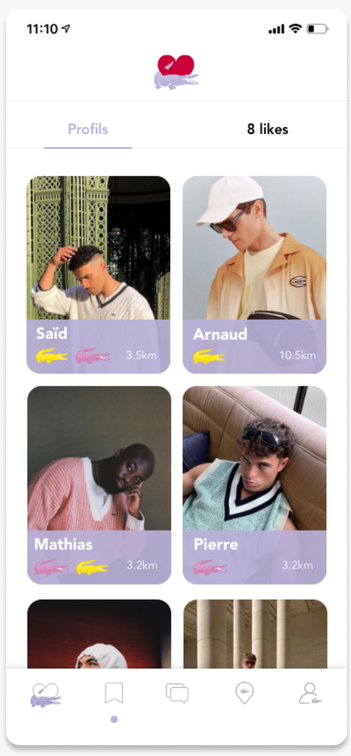
📲 L'INTERFACE SWIPE







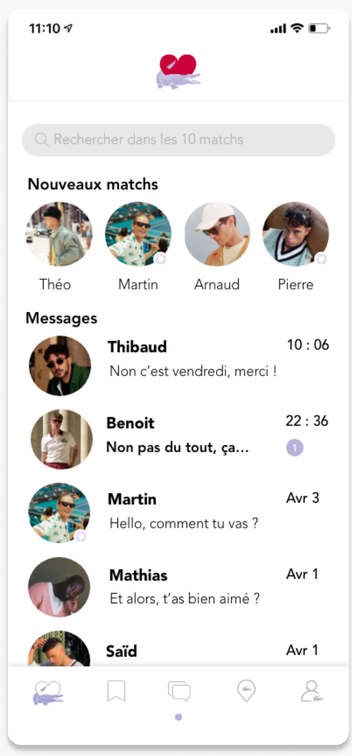
💖 LES PROFILS LIKÉS



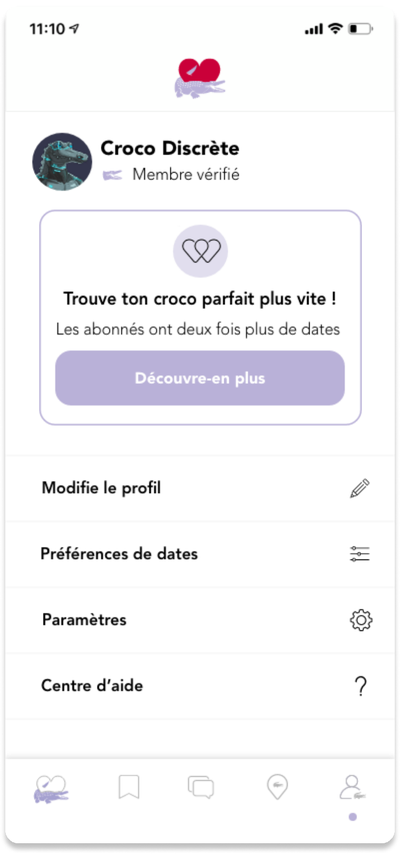


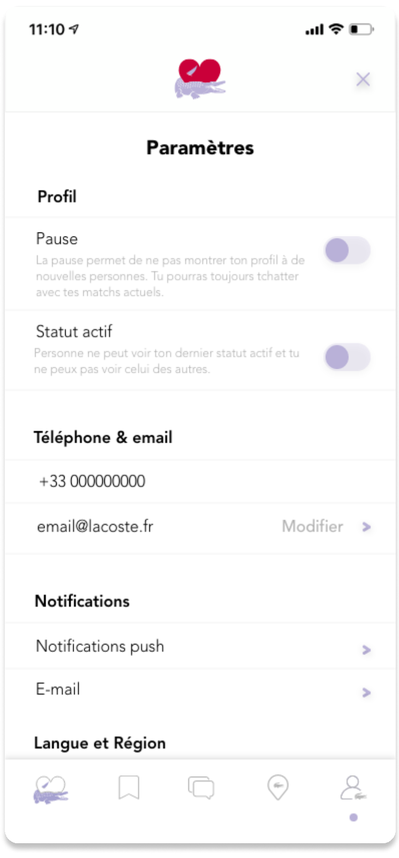
💬 LE CHAT

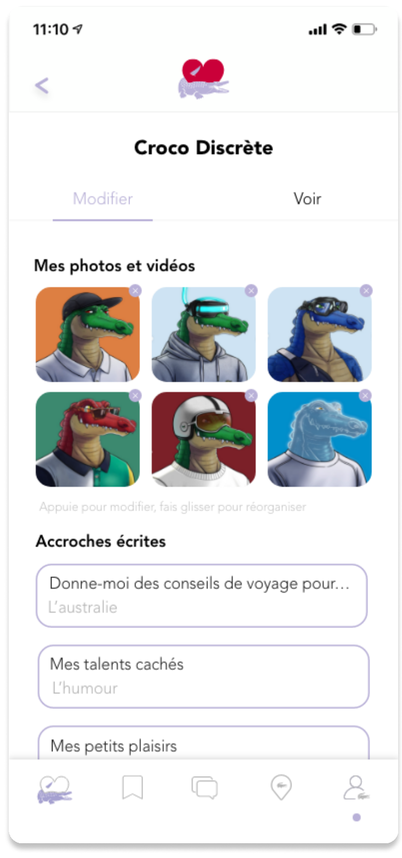




👤 LE PROFIL







🤓 CONCLUSION

En conclusion, ce projet de refonte de l'identité de la marque Lacoste pour créer "L'ACOSTE", une application de rencontre, a été une expérience enrichissante. En revisitant les éléments clés de Lacoste tout en insufflant une nouvelle dimension axée sur l'amour et les rencontres, nous avons pu explorer de nouvelles voies créatives.

Malgré les défis rencontrés et les ajustements nécessaires, le résultat final représente un mariage réussi entre l'héritage de Lacoste et les aspirations modernes de L'ACOSTE.

Ce projet nous a permis de mettre en pratique nos compétences en conception et en stratégie de marque, tout en nous inspirant à repousser les limites de la créativité.

Nom du projet
EDDL DESIGN - CRÉATION WEB

Temps consacré
1 mois

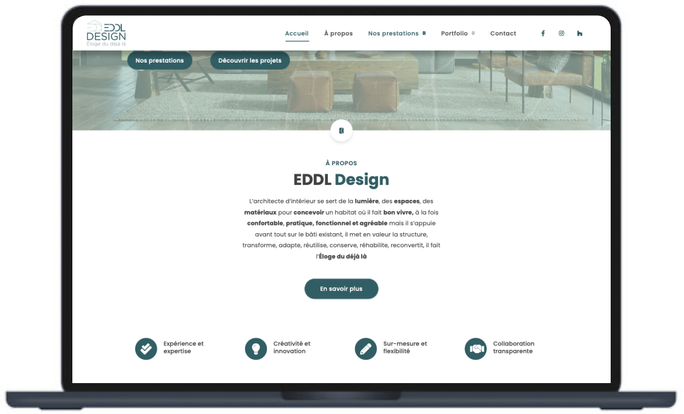
Résumé du projet
Nous avons, avec ma collaboratrice, travaillé sur le redesign d'un site web d'architecture d'intérieur.

Logiciels utilisés
Wordpress
Unsplash
Pinterest
Illustrator


EDDL DESIGN
Éloge du déjà là
L'intérieur qui
vous ressemble
Nos prestations
Découvrir les projets

🎨 LE PROJET WEB **EDDL DESIGN**

Pour ce projet, ma collaboratrice et moi avons conceptualisé un site web à la fois moderne et dynamique. La cliente souhaitait avoir la possibilité de modifier facilement le site, notamment pour l'ajout régulier de réalisations. Ainsi, nous avons choisi d'utiliser WordPress et Elementor pour garantir une prise en main aisée, selon ses besoins.

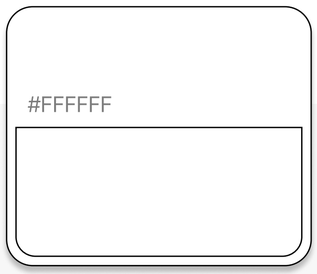


🎨 PALETTE DE COULEURS VIBRANTES

Pour insuffler de la vitalité à la plateforme, nous avons choisi de nous inspirer de la palette de couleurs de leur charte graphique. Chaque teinte a été sélectionnée avec soin pour refléter l'identité vibrante de l'agence.



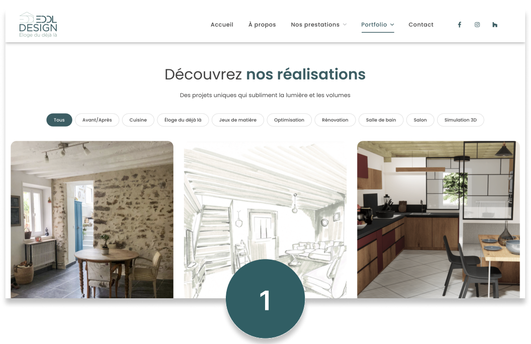


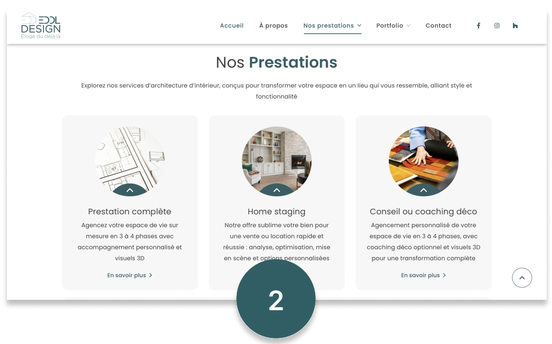


🔍 ANALYSE APPRONFONDIE

Nous avons débuté notre voyage en scrutant attentivement le contenu existant du site. Quels étaient ses points forts ? Ses lacunes ? Nous avons discerné les éléments nécessitant une transformation pour créer une expérience utilisateur plus enrichissante. Nous voulions que les éléments suivants ressortent :

1. Affichez des exemples des projets antérieurs en montrant des photos de transformations avant et après pour illustrer l'impact,
2. Faire une page dédiée à l'agence pour présenter brièvement ses compétences...
3. Faire une page dédiée à l'équipe, ici seulement l'architecte pour présenter brièvement ses compétences et ses expériences.







🤠 Choses dites, choses faites...

🖼️ MISE EN VALEUR DES **PROJETS**

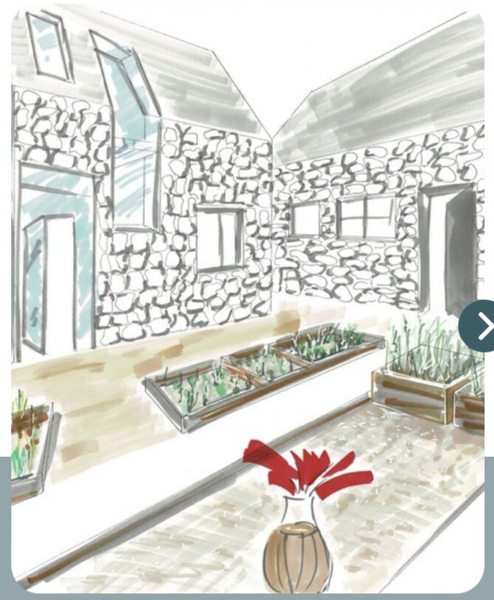
Chaque projet méritait son moment sous les feux de la rampe. Nous avons donc créé des pages dédiées à chacun, agrémentées de photos et de descriptions détaillées.

Pour ce faire, nous aurons un encart intitulé "Notre Portfolio" sur la page principale qui reliera aux différents projets. Depuis le menu, il sera également possible d'accéder à une page regroupant tous les projets classés par catégories.

Notre **Portfolio**

Découvrez notre portfolio, une collection de nos projets d'architecture d'intérieur, révélateurs de notre savoir-faire et de notre engagement à créer des espaces uniques et inspirants



Toutes nos réalisations

🔎 **ZOOM** SUR UNE PAGE PROJET

Toujours un encart contact à porté de clic

Photos des différentes étapes

Possibilité de passer rapidement aux autres projets



Salle de bain et dressing

Catégories : Avant/Après, Jeux de matière, Optimisation/Rangements, Rénovation, Salle de bain

Lumière naturelle, espace, douceur et esprit nature étaient les maîtres-mots pour cet espace bain-douche et dressing.

Dès l'entrée, la lumière naturelle inonde l'espace. La baignoire, véritable îlot de détente, est placée stratégiquement pour profiter des rayons du soleil. Des jeux de lumière douce et tamisée créent une ambiance relaxante.

L'espace est agencé de manière optimale pour maximiser le confort et la fonctionnalité. Le dressing, conçu sur mesure, offre de nombreux rangements. La douche, à l'italienne, est spacieuse et élégante.

Le bois, la pierre et les textiles naturels dominent la décoration. Des touches de verdure apportent une touche de fraîcheur. L'ensemble crée une ambiance douce et chaleureuse, propice à la détente.

Plus qu'une simple salle de bain, cet espace est une invitation à la relaxation et au ressourcement.

Faites nous part de votre projet
Prestation sur devis
*Voir les CGV pour plus de précision
Contactez-nous



Avant



Après

+ Découvrir plus de visuels

L'espace actuel de 25 m² manque d'intimité et de lumière naturelle. La salle de douche existante n'est pas complètement fermée et la cloison séparatrice bloque la lumière naturelle de la fenêtre de toit. De plus, la superficie n'est pas optimisée pour une utilisation optimale en tant que suite parentale.

Le projet de rénovation vise à créer une suite parentale moderne et fonctionnelle.

Pour cela, la cloison entre la chambre et la salle de douche sera supprimée. Cela permettra de créer un espace ouvert et baigné de lumière naturelle.

Deux zones distinctes seront créées :

- Un espace bain-douche, conçu pour le confort et la détente, profitant de la lumière naturelle de la fenêtre de toit.
- Un espace dressing, agencé de manière pratique et élégante, pour un rangement optimal.

Des matériaux contemporains et une décoration soignée apporteront une touche de modernité à la suite parentale.

En plus de ces améliorations, la rénovation permettra d'améliorer la circulation dans la pièce, de choisir des équipements économes en énergie, de créer une ambiance relaxante et personnalisée.

Lumière, intimité et confort optimisés

Le résultat final sera une suite parentale spacieuse, baignée de lumière naturelle, offrant un confort optimal et une esthétique moderne.

Ce projet est une invitation à créer un véritable havre de paix, un espace intime et élégant pour se détendre et se ressourcer.



En construction



En construction



En construction

Faites nous part de votre projet
Prestation sur devis
*Voir les CGV pour plus de précision
Contactez-nous



Corps de ferme
7 septembre 2022

D'un petit commerce à un restaurant
9 mars 2024



À découvrir aussi...







Copyright © 2024 EddlDesign. Tous droits réservés

💼 DÉTAILS DES PRESTATIONS

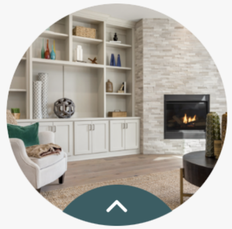
Pour éclairer les visiteurs sur les services offerts par l'agence, nous avons intégré des pages dédiées à chaque prestation. Désormais, les processus, les coûts et les résultats attendus sont présentés de manière transparente et engageante.



Prestation complète

Agencez votre espace de vie sur mesure en 3 à 4 phases avec accompagnement personnalisé et visuels 3D

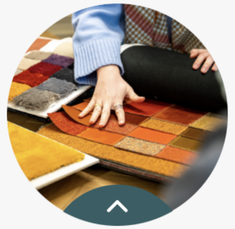
En savoir plus >



Home staging

Notre offre sublime votre bien pour une vente ou location rapide et réussie : analyse, optimisation, mise en scène et options personnalisées

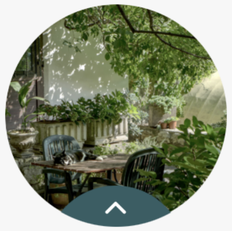
En savoir plus >



Conseil ou coaching déco

Agencement personnalisé de votre espace de vie en 3 à 4 phases, avec coaching déco optionnel et visuels 3D pour une transformation complète

En savoir plus >



Designer paysagiste

Des plans paysagers précis et des visuels captivants pour donner vie à vos rêves d'espaces extérieurs exceptionnels

En savoir plus >



Demande préalable de travaux

Accompagnement complet : constitution du dossier, respect des réglementations et suivi administratif

En savoir plus >

🔎 **ZOOM** SUR UNE PAGE PRESTATION



Confiez-moi votre projet d'agencement et de décoration d'intérieur, et ensemble, transformons votre espace de vie en une réalité à la fois fonctionnelle et esthétique, parfaitement adaptée à vos besoins et à votre style de vie.

Étape 1 - Audit | Étape 2 - APS | Étape 3 - APD | Étape 4 - Travaux

Audit – Analyse de l'existant

- Identifier les différentes problématiques
- Échanger sur vos besoins et vos désirs
- Constituer un dossier au moyen des plans existants, des photos
- Localiser les points d'eau et le tableau électrique

Prestation sur devis*

*Voir les CGV pour plus de précision

Contactez-nous

*Les frais de transport sont inclus dans un rayon de 20km autour de Chartrettes ou en mode à distance.
Au-delà de cette distance, des frais supplémentaires s'appliquent (voir les CGV).

Découvrez nos autres prestations



Conseil ou coaching déco

Agencement personnalisé de votre espace de vie avec coaching déco optionnel et visuels 3D

En savoir-plus



Demande préalable de travaux

Assistance complète pour votre DP : dossier, réglementations et suivi administratif

En savoir-plus



Home staging virtuel 3D

Notre offre vous permet de sublimer votre bien en 3 à 4 phases avec les éléments déjà existants

En savoir-plus



Designer paysagiste

Des plans paysagers précis et des visuels captivants pour donner vie à vos rêves d'espaces extérieurs exceptionnels

En savoir-plus

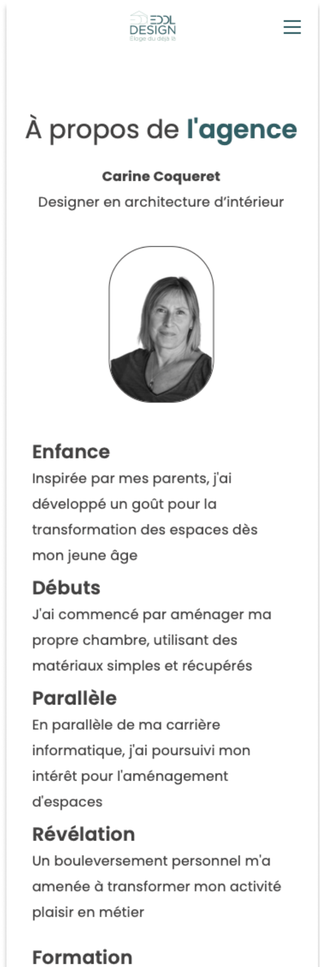
Copyright © 2024 EddlDesign. Tous droits réservés

📱 LE **RESPONSIVE** AU COEUR DU PROJET

Dans un monde où la navigation sur smartphone est devenue la norme, il était essentiel que le site soit aussi magnifique sur les petits écrans que sur les grands. Notre conception a donc été soigneusement optimisée pour offrir une expérience fluide et esthétique sur tous les appareils.







🤓 CONCLUSION

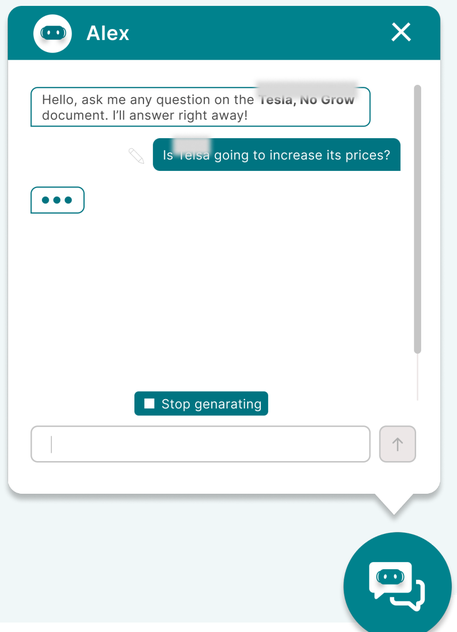
Ce projet de refonte de site a été un plaisir à réaliser. J'ai eu l'opportunité de renforcer mes compétences sur WordPress et d'améliorer ma capacité à comprendre les besoins des clients. Grâce à une collaboration efficace avec ma collègue, nous avons pu mener à bien le projet rapidement. En résumé, une expérience vraiment enrichissante !

Nom du projet
CHATBOT ALEX - DESIGN WEB

Temps consacré
3 mois

Résumé du projet
J'ai été chargée de concevoir le design d'un chatbot destiné à interagir avec des analystes financiers. Cette tâche a exigé une approche ciblée, où j'ai dû orienter mes recherches et mes choix de design en fonction des besoins spécifiques de cette audience particulière.

Logiciels utilisés
Figma
Illustrator
Jira



🤖 LE PROJET **CHATBOT AI** (DECOUVREZ ALEX, VOTRE NOUVEAU BESTIE)

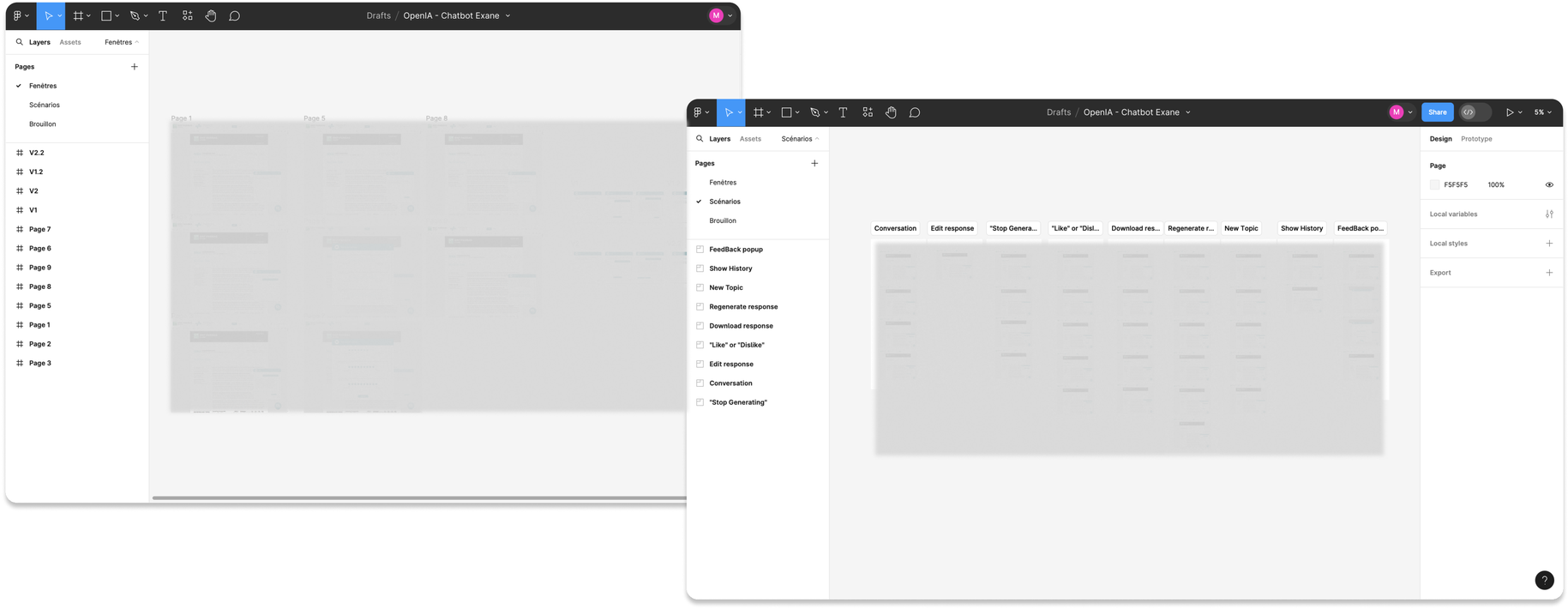
Le projet ChatBot AI (Decouvrez Alex, votre nouveau bestie)

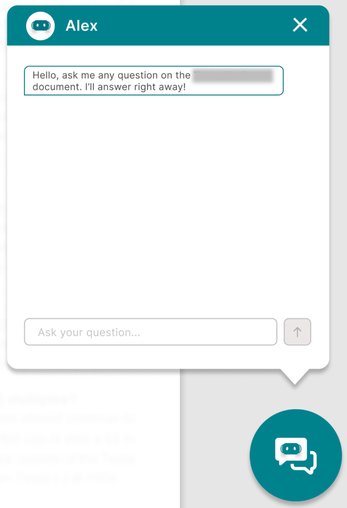
Lors de la conception de ce chatbot, baptisé Alex, nous avons pris soin de nous appuyer sur l'identité du produit ainsi que sur les normes de l'entreprise. Les couleurs choisies ont été sélectionnées en harmonie avec l'image de marque existante, assurant ainsi une cohérence visuelle avec l'ensemble de l'écosystème de la banque.

Parallèlement, nous avons également accordé une attention particulière à donner à Alex une identité propre. Pour cela, nous avons créé une «tête» reconnaissable, représentant un petit robot sympathique et accueillant, symbolisant l'assistance et le soutien que ce chatbot apporterait à ses utilisateurs. Cette personnalisation visuelle visait à rendre l'interaction avec le chatbot plus conviviale et plus humaine, renforçant ainsi son utilité et son attrait auprès des analystes financiers et de l'équipe de la banque.

🎬 LES SCÉNARIOS

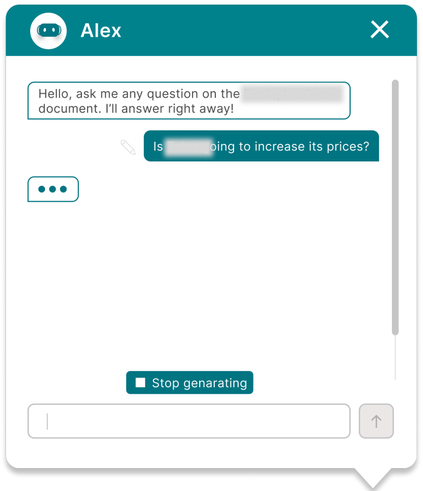
Pour ce projet, j'ai conçu une maquette Figma détaillée présentant tous les scénarios envisagés pour le chatbot, offrant ainsi une vision claire aux développeurs travaillant sur le projet. En complément, j'ai rédigé des spécifications détaillées sur Jira afin de préciser tous les aspects du projet.

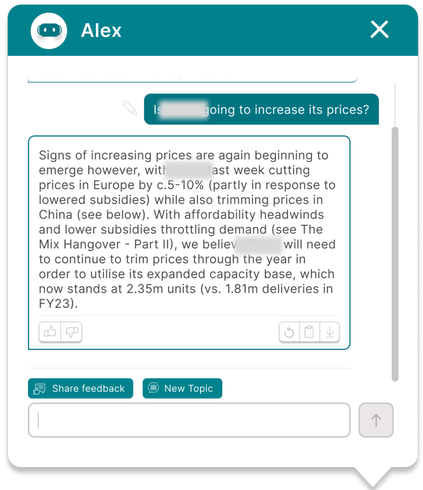




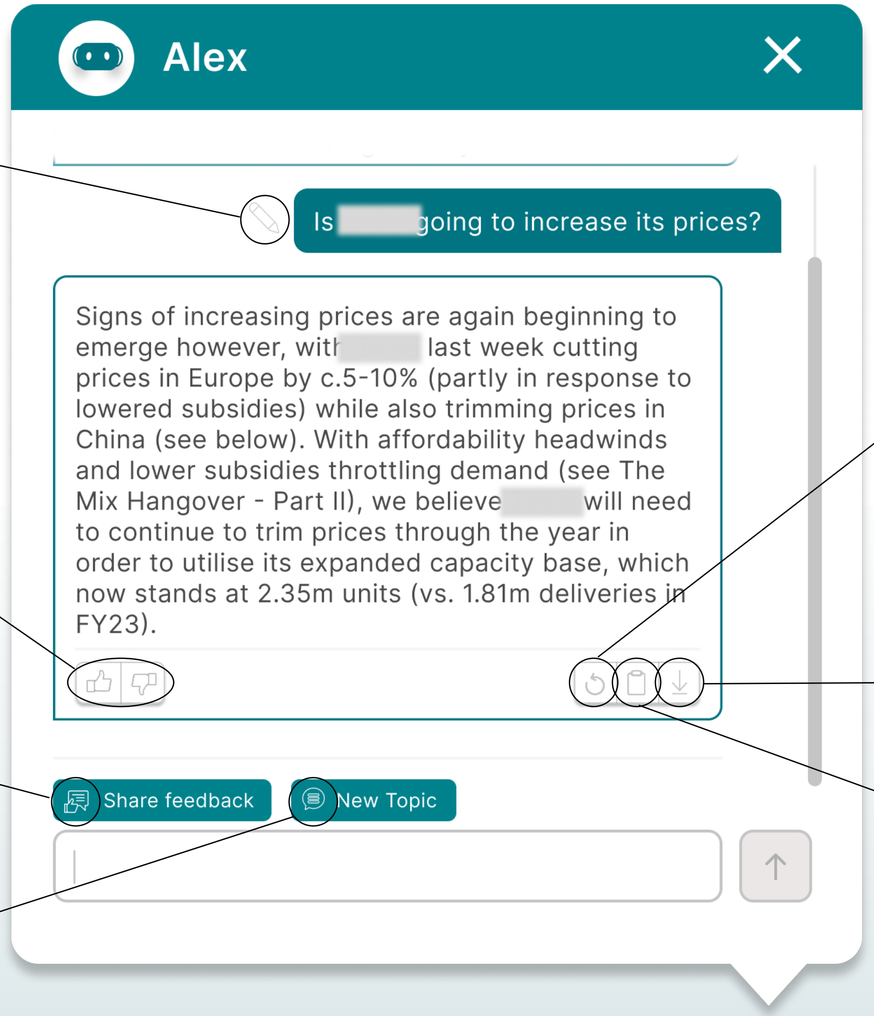
📍 OÙ SERA CE CHATBOT ?

Le ChatBot apparaîtra en bas à droite des documents de recherches financière et permettra à l'analyste de poser ses questions sur le document selectionné.





🔎 **ZOOM** SUR LE CHATBOT



Possibilité de modifier la question pour regénérer une réponse

Possibilité de dire si la réponse correspond en un clic

En cliquant dessus, une popup de feedback s'ouvre. Voir la page suivante.

Commence une nouvelle conversation

Possibilité de copier en un clic

Possibilité de télécharger la réponse. Les réponses du robot pourront être longues et utilent pour le client.

Possibilité de regénérer une réponse avec la même question.

🤓 CONCLUSION

En résumé, le projet ChatBot AI représenté par Alex a été une expérience enrichissante à plusieurs niveaux. En alignant la conception avec l'identité de l'entreprise, j'ai acquis une compréhension approfondie de l'importance de la cohérence visuelle dans un écosystème de marque. De plus, la création de maquettes détaillées et de spécifications précises m'a permis de perfectionner mes compétences en conception et en communication avec les équipes de développement. Ce projet m’a permis d'appréhender un défis complexe de manière stratégique tout en consolidant mes connaissances pratiques dans le domaine de l'intelligence artificielle et de la conception centrée sur l'utilisateur.

Nom du projet
LERIA - CRÉATION WEB

Temps consacré
2 mois

Résumé du projet
LERIA propose une solution d'assurance de qualité pour faciliter le développement et le financement de projets soumis à des litiges. Mon objectif était la création d'un site vitrine pour partager leur offre spécialisée dans le domaine des risques légaux.

Logiciels utilisés
Wordpress
Evolvetree
Miro
Word





LE PROJET LERIA

Qu'est-ce que LERIA ?

LERIA accompagne ses clients en leur proposant une solution d'assurance de qualité afin de faciliter le développement et le financement de projets soumis à des litiges.

J'ai pu suivre l'équipe tout au long du processus de création de l'entreprise, ce qui m'a permis de mieux comprendre leur offre et de déterminer le site le plus adapté à leurs besoins.

Quel est le but de ce site ?

Étant donné que le secteur des risques légaux est très spécialisé et basé sur le bouche-à-oreille, l'objectif était de créer un site vitrine à partager avec les clients, mais surtout de permettre aux membres de l'équipe de le partager avec leur réseau.

Avant de rejoindre le projet, la conception du logo avait déjà été lancée. J'ai eu l'occasion de le découvrir avec l'équipe et d'appréhender les codes graphiques que j'allais ensuite appliquer au site.

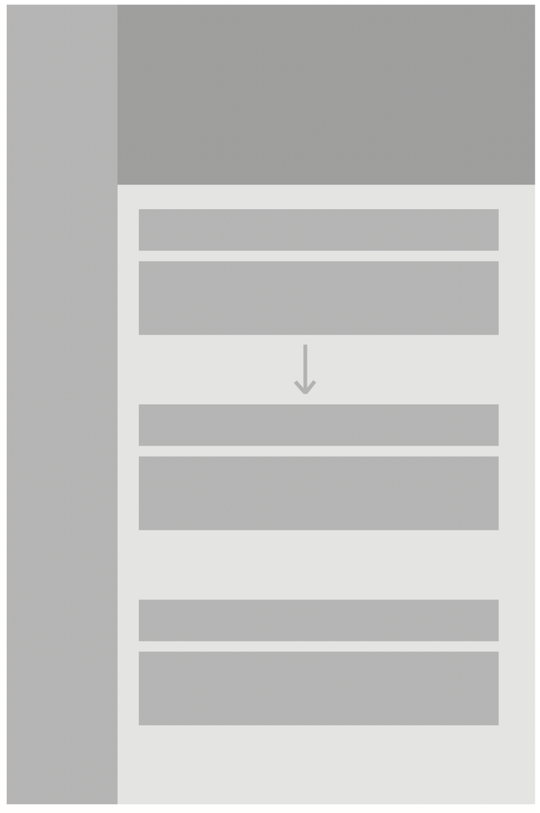
LERIA
LEGAL RISK AGENCY

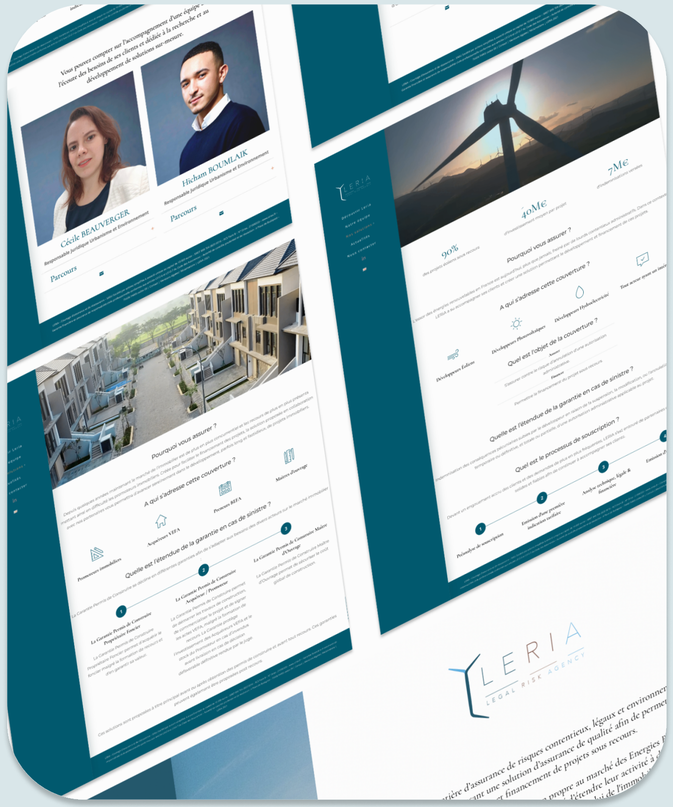
✏️ LA CONCEPTION ET LES WIREFRAMES

Après avoir échangé avec l'équipe pour mieux comprendre leur domaine d'activité et ce qu'ils souhaitaient présenter à leurs clients, j'ai entamé mon travail. Ce site vise à être une vitrine et à soutenir le lancement de LERIA. Les membres de l'équipe ont déjà leur propre réputation et clientèle sur le marché des risques légaux.

Pour structurer mon idée, j'ai effectué une analyse comparative des différents sites légaux et élaboré un moodboard ainsi qu'un wireframe. Le moodboard s'est avéré bénéfique en clarifiant la structure et les idées de conception, ce qui a permis de valider plus rapidement le concept avec les équipes.







L’INTERFACE DU SITE

Pour cette mission, je me suis impliquée activement et j’ai développé le site sur WordPress. J'ai opté pour l'utilisation d'une base existante et la recherche d'un thème compatible avec le CMS. En tenant compte des caractéristiques préalablement convenues, des wireframes et des contenus validés, j'ai entamé la recherche du template idéal.

✏️ LA PAGE PRINCIPALE

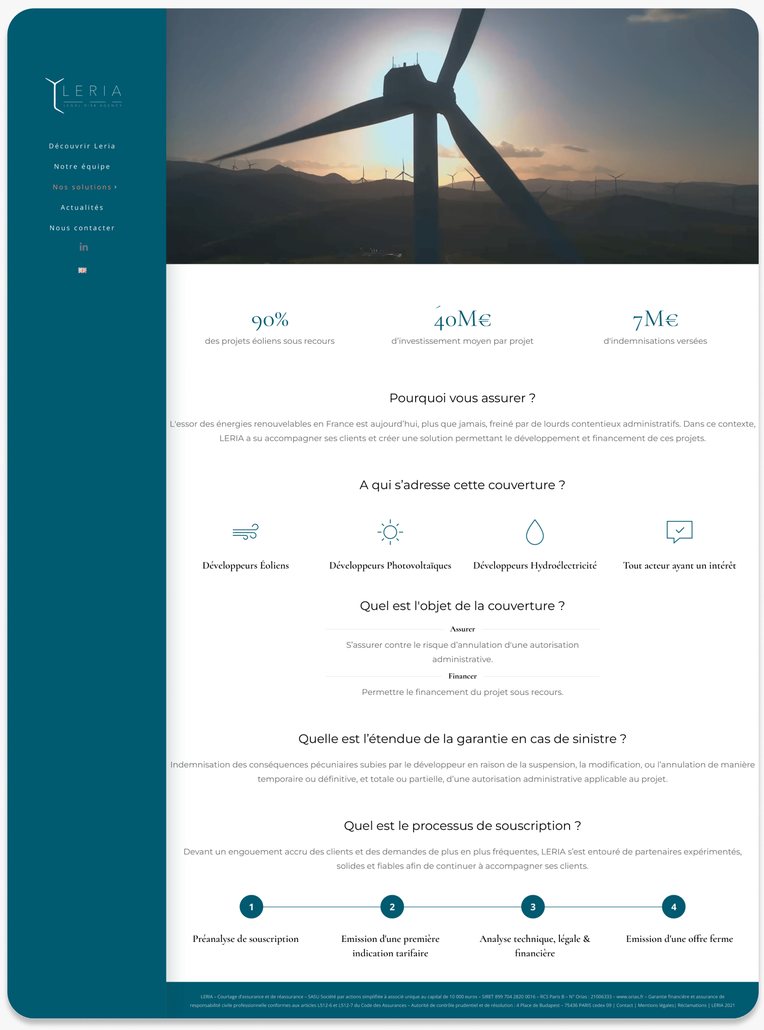
La page se veut simple et épurée, présentant les informations sur l'offre LERIA, ainsi que des appels à l'action directs vers les offres, en plus du menu.

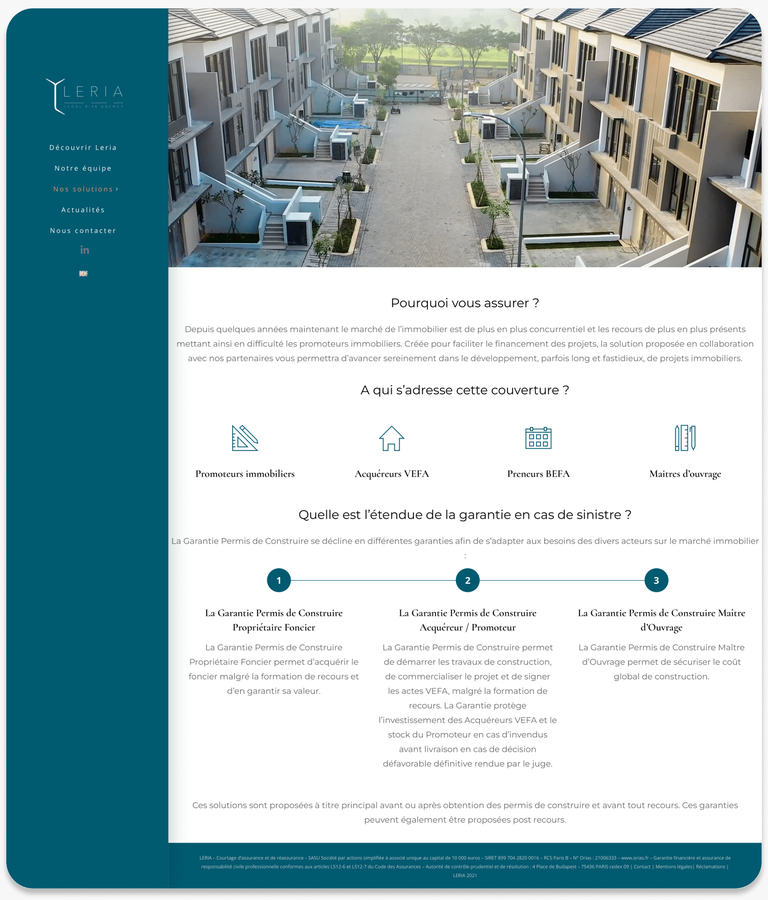


✏️ LES PAGES SOLUTIONS

La demande était la suivante : lire le texte de haut en bas et avoir la volonté de faire défiler. La page devait être aérée et chaque fois que possible, nous avons choisi d'utiliser des pictogrammes pour soulager la vue.

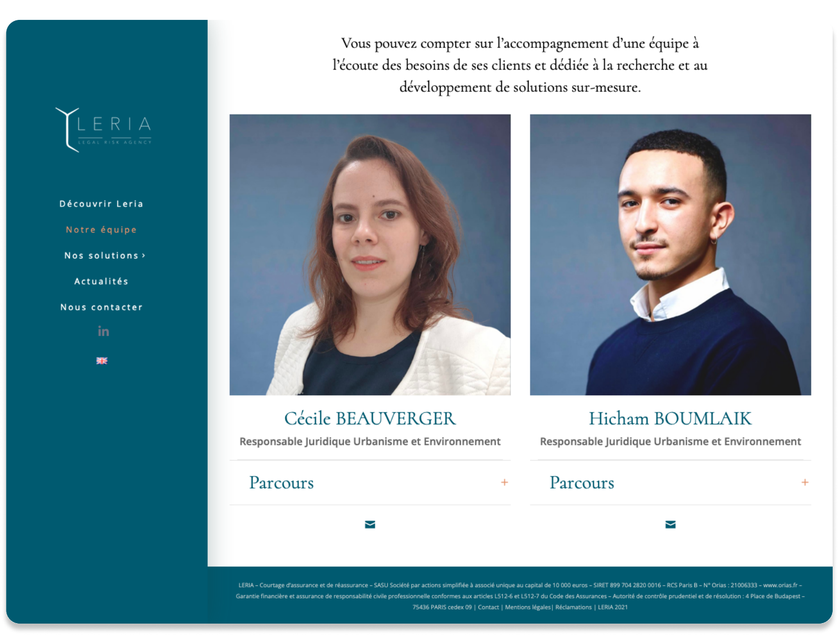
La demande consistait à ce que le texte soit lisible de haut en bas et incite à faire défiler la page. L'objectif était de créer un espace aéré, en privilégiant l'utilisation de pictogrammes pour alléger la charge visuelle lorsque c'était possible.

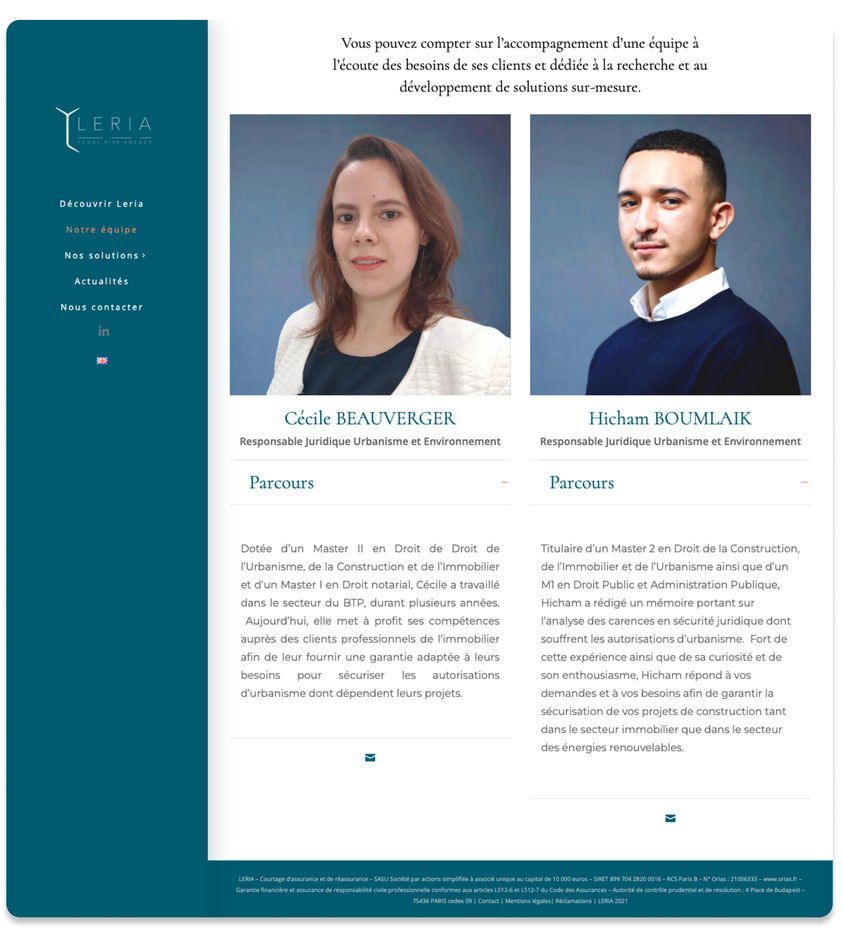




✏️ LA PAGE ÉQUIPE

Il était important de mettre l'équipe en avant-plan. En effet, comme expliqué précédemment, ce business repose sur le bouche-à-oreille, et donc, l'équipe joue un rôle crucial.





🤓 MA CONCLUSION

Le processus de création du site a été marqué par une étroite collaboration avec l'équipe de LERIA, en tenant compte de leurs retours et de leurs besoins tout au long du processus. En appliquant les principes de conception web et en utilisant le CMS WordPress, nous avons pu aboutir à un résultat qui répondait aux attentes du client.

Ce projet m’a permis d'approfondir mes compétences en développement web et en conception d'interface utilisateur, tout en me sensibilisant aux défis spécifiques liés à la création d'un site dans un domaine spécialisé comme celui des risques légaux.

Nom du projet
JIMMZ - LE FAST FOOD DE LA VIDÉO

Temps consacré
6 mois

Résumé du projet
En dernière année de master, nous avons entrepris la création d'une entreprise fictive, de sa conception à sa mise en œuvre, avec le soutien de professionnels juridiques, comptables et experts du secteur choisi.

Ce projet ambitieux s'est étalé sur six mois, impliquant une collaboration étroite au sein d'une équipe diversifiée de quatre personnes, chacune contribuant avec son expertise spécifique.

J'ai notamment dirigé la conception de notre identité visuelle, tandis que, conjointement avec ma partenaire d'UX, nous avons développé un site web vitrine, garantissant ainsi une cohérence de marque et une expérience utilisateur optimale sur tous les appareils.

Logiciels utilisés
Illustrator
Miro
Figma
Canva
Procreate

jimmz

#336FB6 #FEF07A #EB5F34

jimmz



LE PROJET **JIMMZ** (DE A À Z)

Quel projet ? Notre projet s'appelle JIMMZ, le fast-food de la vidéo. Notre idée est de proposer un service aux entreprises qui leur permet de commander en un clic une vidéo verticale.

✏️ LE **LOGO** ET SON **MOODBOARD**

Au départ, nous avons envisagé un logo en noir. Cependant, comment nos clients pourraient-ils nous différencier avec un logo noir dans ce monde de la communication où tout le monde à un logo coloré... compliqué non ?

Nous avons donc commencé nos recherches et avons été attirés par le style Bauhaus, qui correspondait parfaitement à notre vision minimaliste. L'utilisation des couleurs primaires dans ce style nous a semblé être la solution idéale, en parfaite adéquation avec la simplicité de notre concept. Aussi simple que notre concept finalement, It's a match !

Pour ceux qui découvrent :
Le mouvement Bauhaus, ou la construction sous un nouvel angle. Il abolit les divisions entre les disciplines artistiques, artisanales, architecturales et industrielles ; prône un esthétisme pur et simple ; favorise un minimalisme prononcé et un retour à l'essentiel.

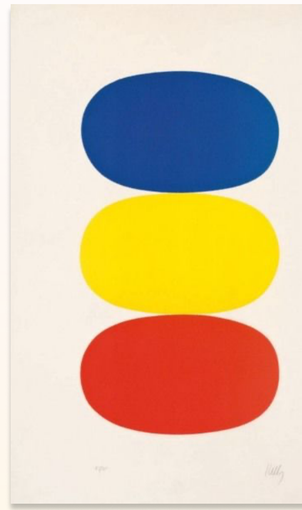














#EB5F34

#296FB6

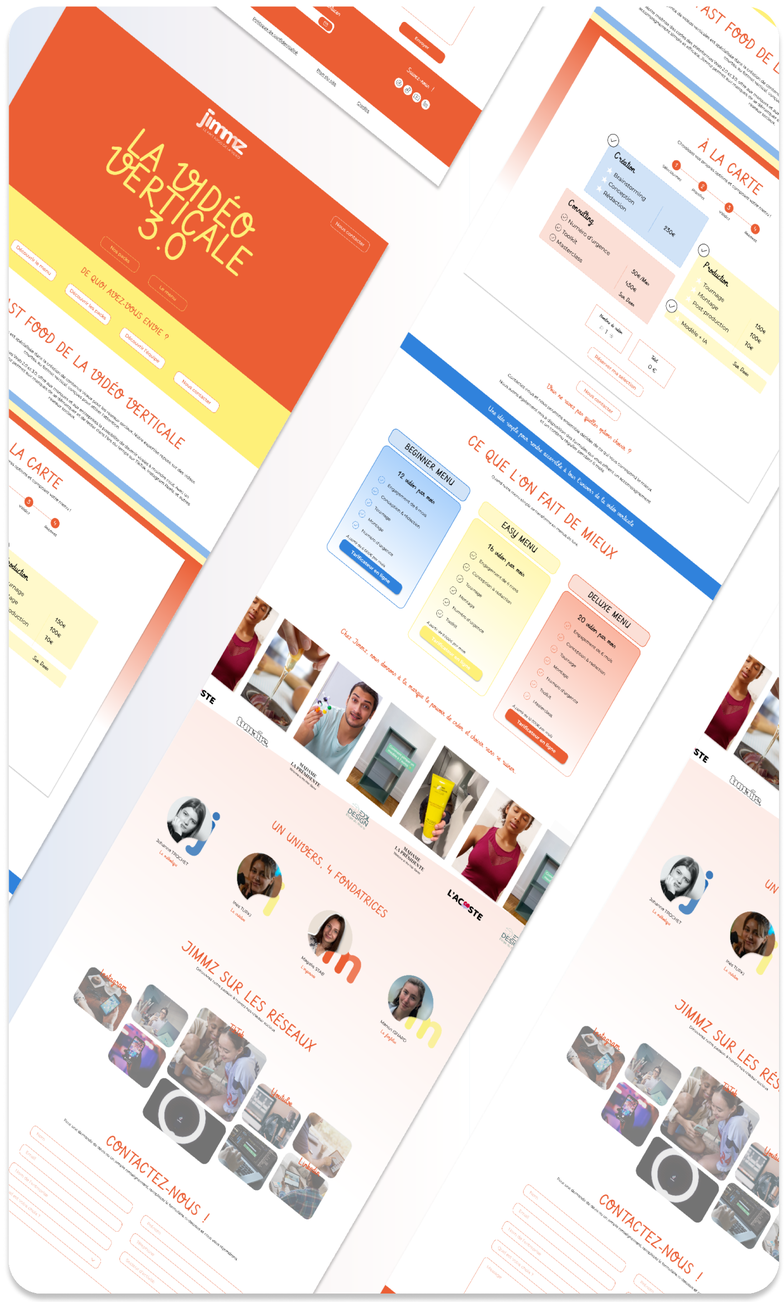
#F9F395

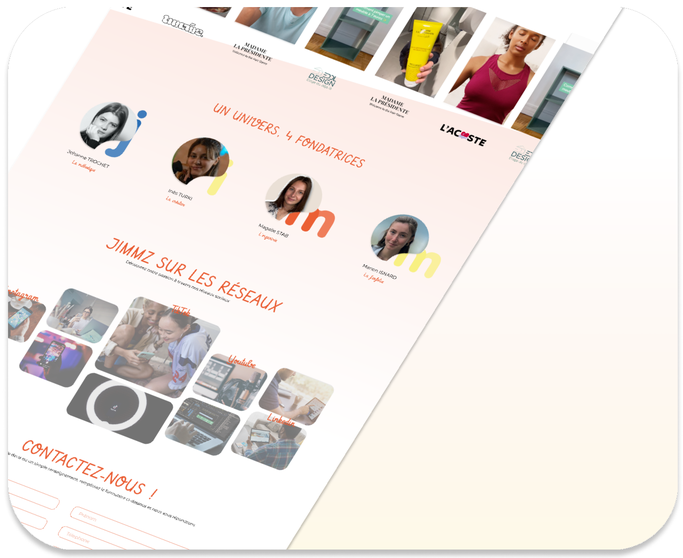
🖥️ LA CONCEPTION DE SITE WEB & SON MOODBOARD

Pour le site, nous partons déjà avec un avantage, nous avons nos couleurs et notre identité... Il ne manque plus qu'à trouver... tout le reste. Pour ce faire, nous nous tournons vers nos amis Pinterest, Behance ou encore Dribbble et nous observons ce qui se fait aujourd'hui et ce qui correspond à notre vision.

Après quelques recherches, nous savons ce que nous voulons : quelque chose de percutant, qui attire l'attention. À noter également que ce site est essentiellement une vitrine ; nous communiquerons et échangerons principalement avec nos utilisateurs via les réseaux sociaux.

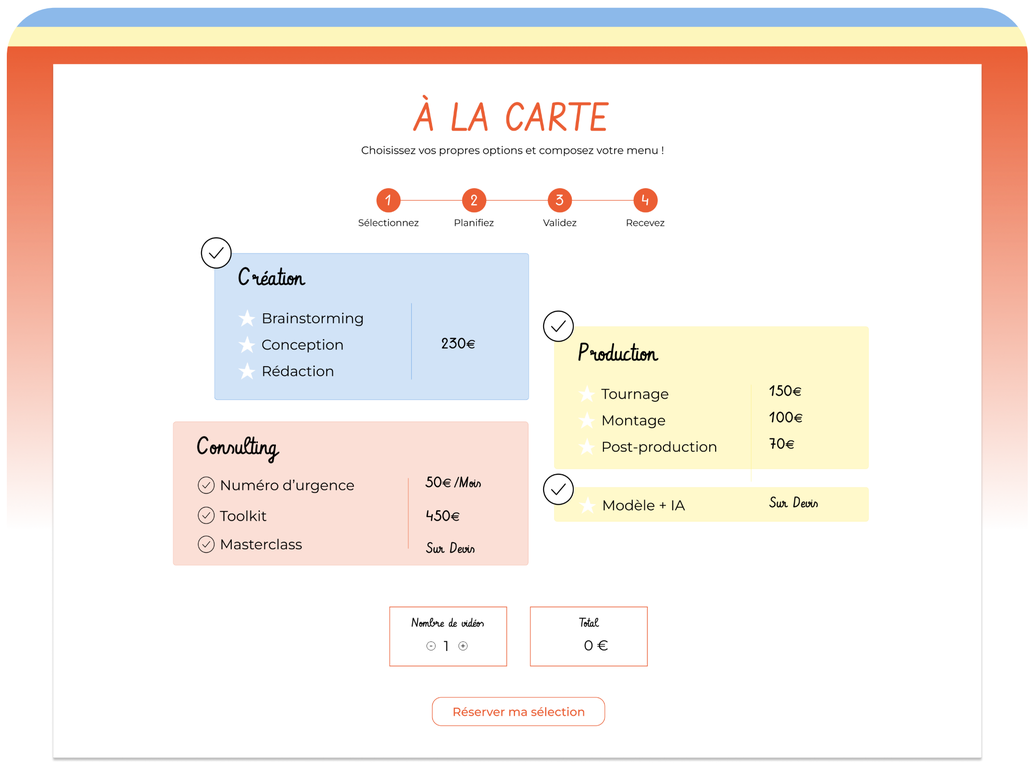






🔎 **ZOOM** SUR CERTAINS ASPECTS DU SITE

La partie “À la carte” permet à notre utilisateur de choisir sa formule. Il peut selectionner les différents packs qui l’intéressent et choisir le nombre de vidéos souhaitées. En fonction de la selection le total change.

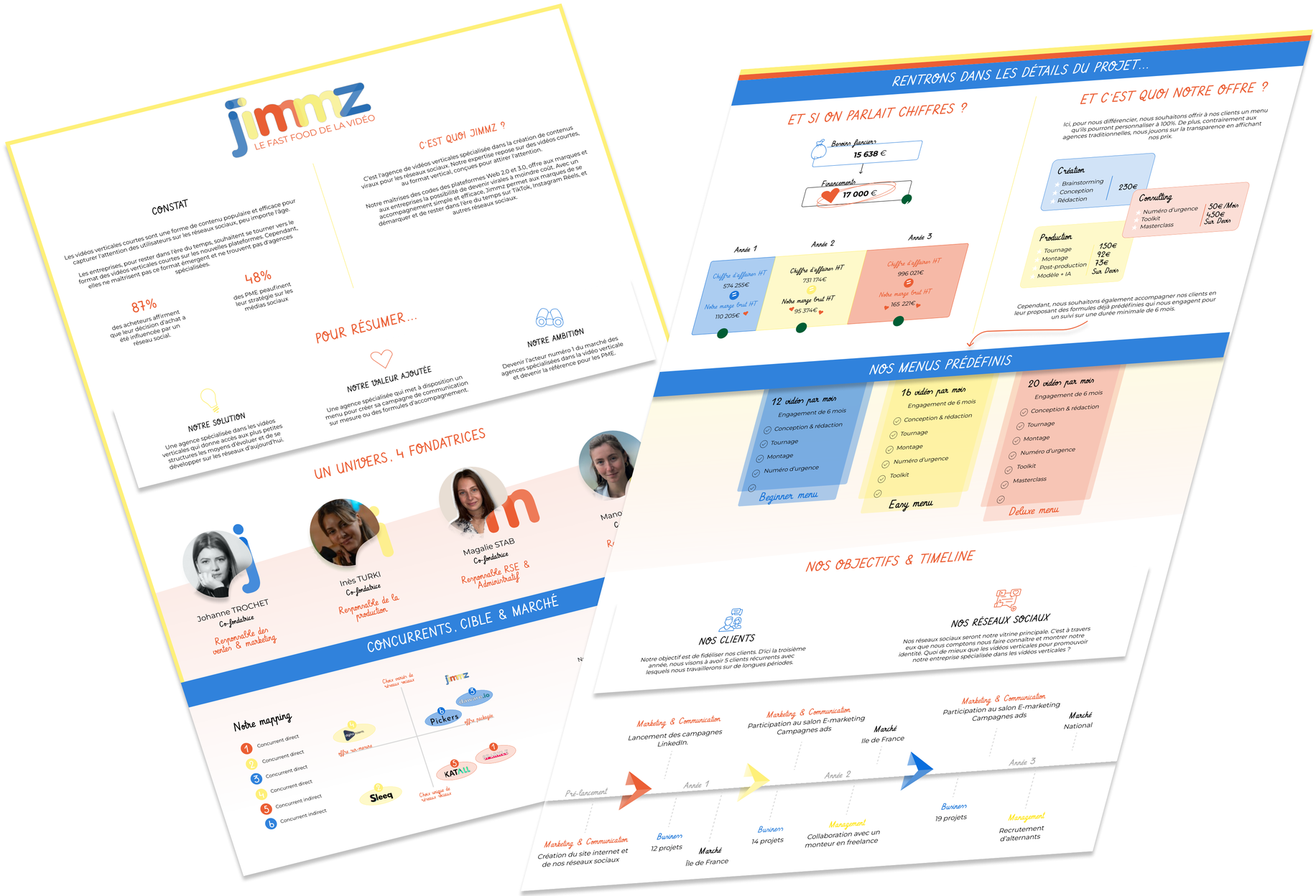


Yummy - Le menu est là. Même si nous avons un menu “à la carte” il était important d’avoir un petit guide pour notre client avec ces 3 options. Découvrez donc le beginner menu, le easy menu et le deluxe menu.



🔎 **ZOOM** SUR L'INFOGRAPHIE DU PROJET

Pour comprendre rapidement de quoi il s'agit !



jimmz
LE FAST FOOD DE LA VIDÉO

CONSTAT

Les vidéos verticales courtes sont une forme de contenu populaire et efficace pour capturer l'attention des utilisateurs sur les réseaux sociaux, peu importe l'âge.

Les entreprises, pour rester dans l'air du temps, souhaitent se tourner vers le format des vidéos verticales courtes sur les nouvelles plateformes. Cependant, elles ne maîtrisent pas ce format émergent et ne trouvent pas d'agences spécialisées.

87%
des acheteurs affirment que leur décision d'achat a été influencée par un réseau social.

48%
des PME peaufinent leur stratégie sur les médias sociaux

C'EST QUOI JIMMZ ?

C'est l'agence de vidéos verticales spécialisée dans la création de contenus viraux pour les réseaux sociaux. Notre expertise repose sur des vidéos courtes, au format vertical, conçues pour attirer l'attention.

Notre maîtrise des codes des plateformes Web 2.0 et 3.0, offre aux marques et aux entreprises la possibilité de devenir virales à moindre coût. Avec un accompagnement simple et efficace, Jimmz permet aux marques de se démarquer et de rester dans l'ère du temps sur TikTok, Instagram Réel, et autres réseaux sociaux.

POUR RÉSUMER...

NOTRE SOLUTION
Une agence spécialisée dans les vidéos verticales qui donne accès aux plus petites structures les moyens d'évoluer et de se développer sur les réseaux d'aujourd'hui.

NOTRE VALEUR AJOUTÉE
Une agence spécialisée qui met à disposition un menu pour créer sa campagne de communication sur mesure ou des formules d'accompagnement.

NOTRE AMBITION
Devenir l'acteur numéro 1 du marché des agences spécialisées dans la vidéo verticale et devenir la référence pour les PME.

UN UNIVERS, 4 FONDATRICES



Johanne TROCHET
Co-fondatrice
Responsable des ventes & marketing



Inès TURKI
Co-fondatrice
Responsable de la production



Magalie STAB
Co-fondatrice
Responsable RSE & Administratif

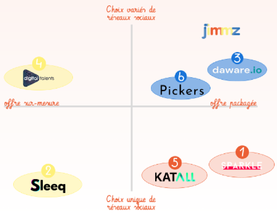


Manon ISNARD
Co-fondatrice
Responsable DA & Financière

CONCURRENTS, CIBLE & MARCHÉ

Notre mapping

1. Concurrent direct
2. Concurrent direct
3. Concurrent direct
4. Concurrent direct
5. Concurrent indirect
6. Concurrent indirect



Notre cible

Notre ♥ de cible
Les PME
de 50 à 100 salariés

Notre cible secondaire
Les PME
de 0 à 50 salariés

L'état du marché visé

Nous nous positionnons sur un marché local en année 1 & 2 puis national en année 3

18 600
PME entre 50 et 100 salariés en 2023

RENTRONS DANS LES DÉTAILS DU PROJET...

ET SI ON PARLAIT CHIFFRES ?



Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires HT	Chiffre d'affaires HT	Chiffre d'affaires HT
574 255€	731 174€	996 021€
Notre marge brut HT	Notre marge brut HT	Notre marge brut HT
110 205€	95 374€	165 221€

ET C'EST QUOI NOTRE OFFRE ?

Ici, pour nous différencier, nous souhaitons offrir à nos clients un menu qu'ils pourront personnaliser à 100%. De plus, contrairement aux agences traditionnelles, nous jouons sur la transparence en affichant nos prix.

Création

Brainstorming	230€
Conception	
Rédaction	

Consulting

Numéro d'urgence	50€ /Mois
Toolkit	450€
Masterclass	Sur Devis

Production

Tournage	150€
Montage	12€
Post-production	73€
Modèle + IA	Sur Devis

Cependant, nous souhaitons également accompagner nos clients en leur proposant des formules déjà prédéfinies qui nous engagent pour un suivi sur une durée minimale de 6 mois.

NOS MENUS PRÉDÉFINIS

12 vidéos par mois
- Engagement de 6 mois
- Conception & rédaction
- Tournage
- Montage
- Numéro d'urgence

Beginner menu

16 vidéos par mois
- Engagement de 6 mois
- Conception & rédaction
- Tournage
- Montage
- Numéro d'urgence
- Toolkit

Easy menu

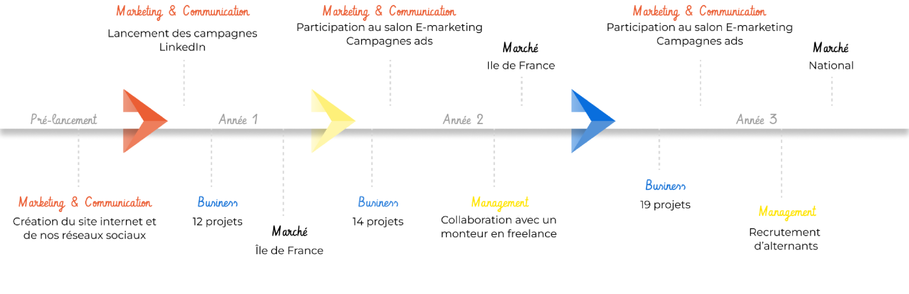
20 vidéos par mois
- Engagement de 6 mois
- Conception & rédaction
- Tournage
- Montage
- Numéro d'urgence
- Toolkit
- Masterclass

Deluxe menu

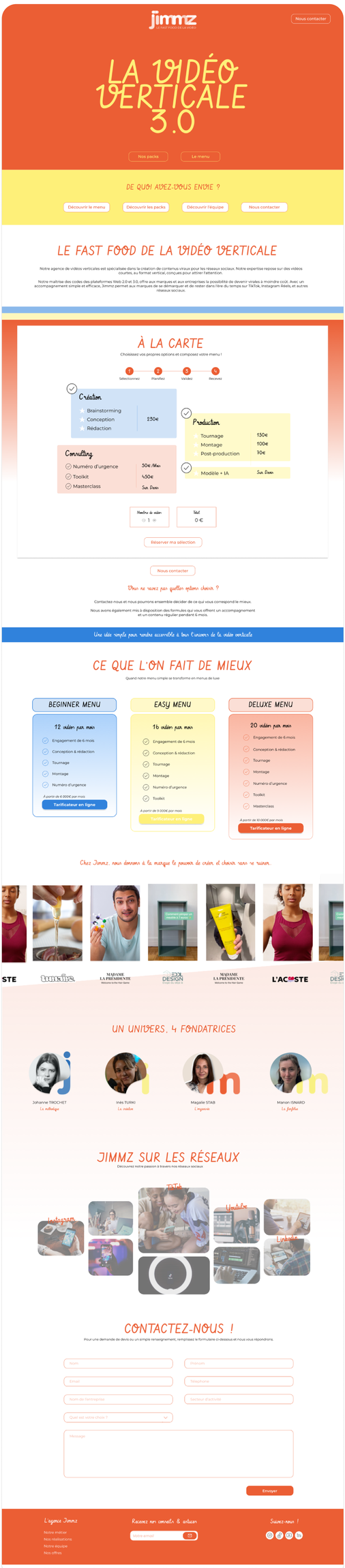
NOS OBJECTIFS & TIMELINE

NOS CLIENTS
Notre objectif est de fidéliser nos clients. D'ici la troisième année, nous visons à avoir 5 clients récurrents avec lesquels nous travaillerons sur de longues périodes.

NOS RÉSEAUX SOCIAUX
Nos réseaux sociaux seront notre vitrine principale. C'est à travers eux que nous comptons nous faire connaître et montrer notre identité. Quoi de mieux que les vidéos verticales pour promouvoir notre entreprise spécialisée dans les vidéos verticales ?



🔎 **ZOOM GLOBAL** SUR LE SITE



🤓 CONCLUSION

En conclusion, ce projet a été une expérience enrichissante et collaborative, où nous avons pu développer une identité visuelle distinctive et créer une vitrine en ligne percutante pour notre entreprise fictive.

À travers des recherches approfondies et une exploration créative, nous avons trouvé une harmonie entre le minimalisme du style Bauhaus et la simplicité de notre concept. En mettant l'accent sur l'interaction avec les utilisateurs principalement via les réseaux sociaux, nous avons adapté notre stratégie pour répondre aux besoins contemporains.

Ce projet nous a non seulement permis d'appliquer nos compétences pratiques en design et en expérience utilisateur, mais aussi de comprendre l'importance de l'identité visuelle et de la présence en ligne dans le succès d'une entreprise. En définitive, cette aventure a été stimulante et a renforcé notre compréhension de la création et de la gestion d'une marque dans l'environnement concurrentiel d'aujourd'hui.

Nom du projet
BOUYGUES TELECOM - LE RECONDITIONNÉ

Temps consacré
1 semaine

Résumé du projet
Au cours du séminaire d'une semaine organisé par Bouygues Telecom, nous avons été confrontées au défi d'augmenter les ventes des téléphones reconditionnés de 10 à 20%.

Avec mon binôme, nous avons réussi à atteindre la finale et à présenter notre projet devant les équipes du groupe dans leurs locaux.

Logiciels utilisés
Illustrator
Miro
Figma
Canva

Votre solution

Solution smartphone durable

bouygues TELECOM

🧮 LE **PROJET** & SES **DONNÉES** (pour mieux comprendre la suite)

Pour ce projet à réaliser en 1 semaine, nous avons décidé de nous servir des données rensegnées par Bouygues telecom. On a retenu leur cœur de cible les 18-34 ans et que dans ce cœur de cible on voyait qu'aujourd'hui 59% pouvait se laisser tenter par du reconditionné. On a aussi retenu ce chiffre qui marque aussi un changement de notre vision de la seconde main : on a vu une augmentation de 15% de l'achat de téléphones reconditionnés.

59%

Des 16 à 34 ans pourraient envisager d'acheter un mobile reconditionné auprès d'un professionnel

Coeur de cible
18-34 ans

+15%

De smartphones reconditionnés vendus entre 2020 et 2021

Mais nous aussi on a voulu apporter notre pierre à l'édifice.

Et on a vu que près de 67% sont prêts à acheter un téléphone reconditionné plutôt qu'un neuf mais pourquoi n'ont-ils pas sauté le pas ? Peut être à cause du reste de nos interrogés qui eux, n'ont pas eu une bonne expérience et qui avec le bouche à oreille ou notre ami google ont partagé leur mécontentement.

Brief : Augmenter les ventes des téléphones reconditionnés de 10 à 20%.

Délais : 1 semaine

Sur 53 personnes interrogées

66,7%

Sont prêtes à acheter un téléphone reconditionné plutôt qu'un neuf

57,5%

Ont eu une mauvaise expérience d'achat

📍 L'**EMPATHY** MAP

En analysant toutes ces données recueillies à travers nos questionnaires et entretiens, nous avons élaboré une empathie map de notre public cible.

Il apparaît clairement que notre public cible recherche un téléphone qui répond à ses besoins tout en offrant des informations transparentes sur le processus de reconditionnement. Il souhaite également bénéficier d'une garantie pour assurer la sécurité de son achat, ainsi que d'un large choix de modèles et de marques de téléphones reconditionnés, tout en restant sensible à l'aspect économique. Cependant, il exprime également des préoccupations quant à la fiabilité du téléphone et accorde une grande importance aux garanties pour se sentir rassuré.



Says

"Je veux un téléphone fonctionnel"
"Je veux acheter un téléphone moins cher"
"Je ne veux pas un téléphone ringard"

Does

"Fait attention à ses dépenses"
"Regarde les différents sites de seconde main"
"Compare les différents téléphones"

Thinks

"Il y a beaucoup d'offres sur le marché"
"Je ne fais pas confiance aux sites spécialisés"
"C'est encore cher"

Feels

"Manque de fiabilité"
"Soucieux de l'environnement"
"Besoin d'être rassuré"

Insight

Je pourrais acheter un **téléphone reconditionné** pour économiser de l'argent, mais au moment de l'achat d'un nouvel appareil, je ne trouve pas de revendeur de **confiance** donc je me tourne vers le neuf

---

La problématique

Comment susciter **l'intérêt** de notre cible pour les téléphones reconditionnés tout en leur garantissant un produit **fiable** et **fonctionnel** ?

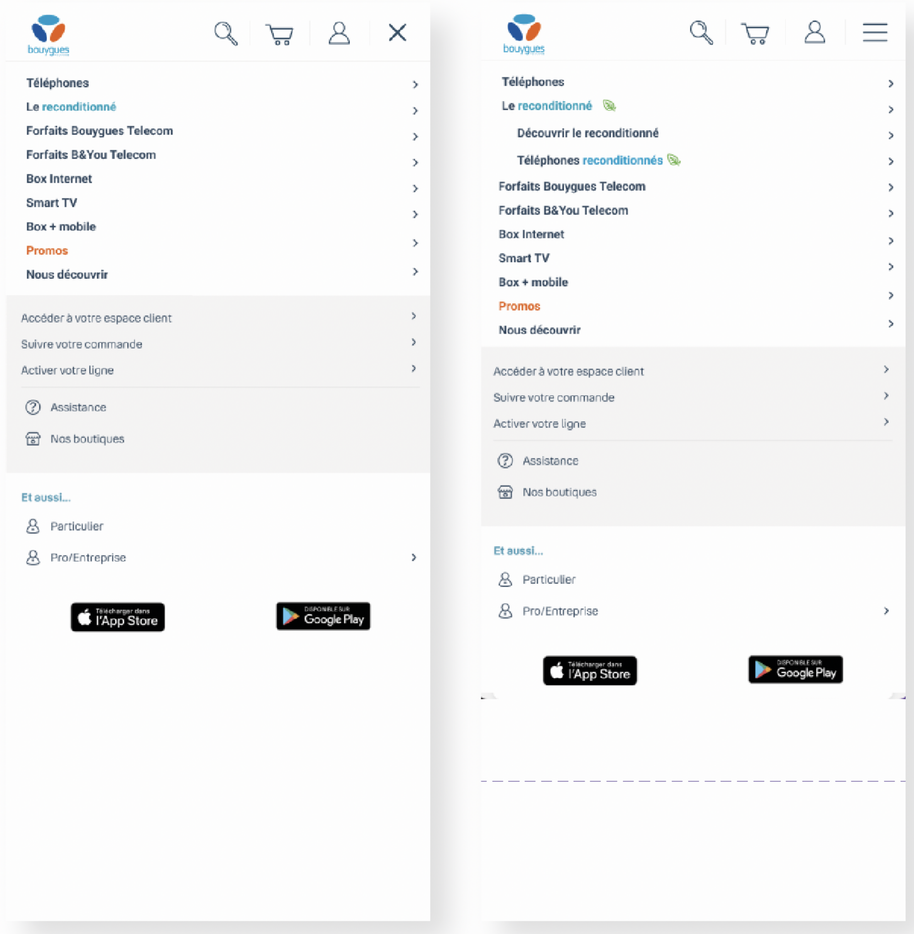
À nous de jouer

Et nos propositions

LE MENU

Le reconditionné est aujourd'hui compliqué à trouver sur le site de Bouygues Telecom. Nousa vons donc voulu le mettre vraiment en avant en le mettant directement sur le menu principale.

La présence des produits reconditionnés sur le site de Bouygues Telecom est actuellement peu évidente à repérer. Nous avons décidé de les mettre en valeur en les intégrant directement dans le menu principal.



✏️ LA PAGE D'**ACCUEIL** DU **RECONDITIONNÉ**

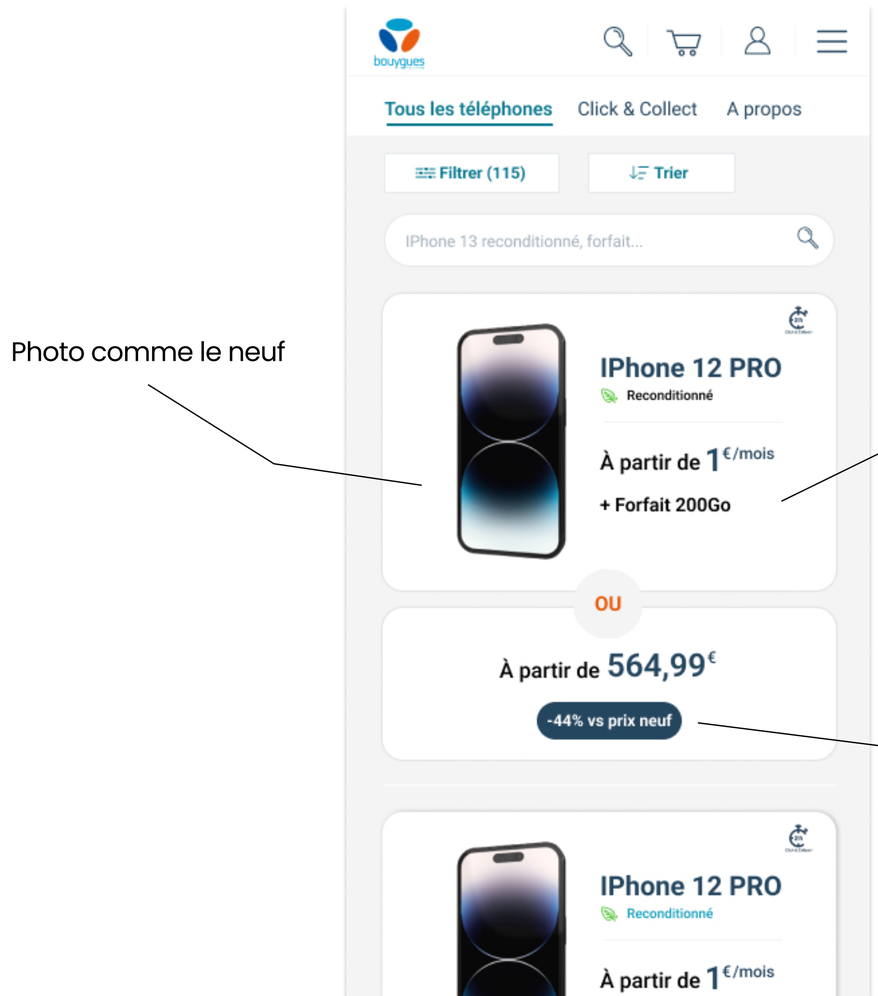
À partir du menu standard de Bouygues, les utilisateurs pourront accéder à cette page, qui pourrait être considérée comme la page d'accueil du reconditionné. Sur cette page dédiée entièrement au reconditionné, les clients peuvent découvrir les avantages du marché de l'occasion, consulter les offres disponibles et lire les avis des utilisateurs.



✏️ LE **LISTING** DES PRODUITS RECONDITIONNÉS

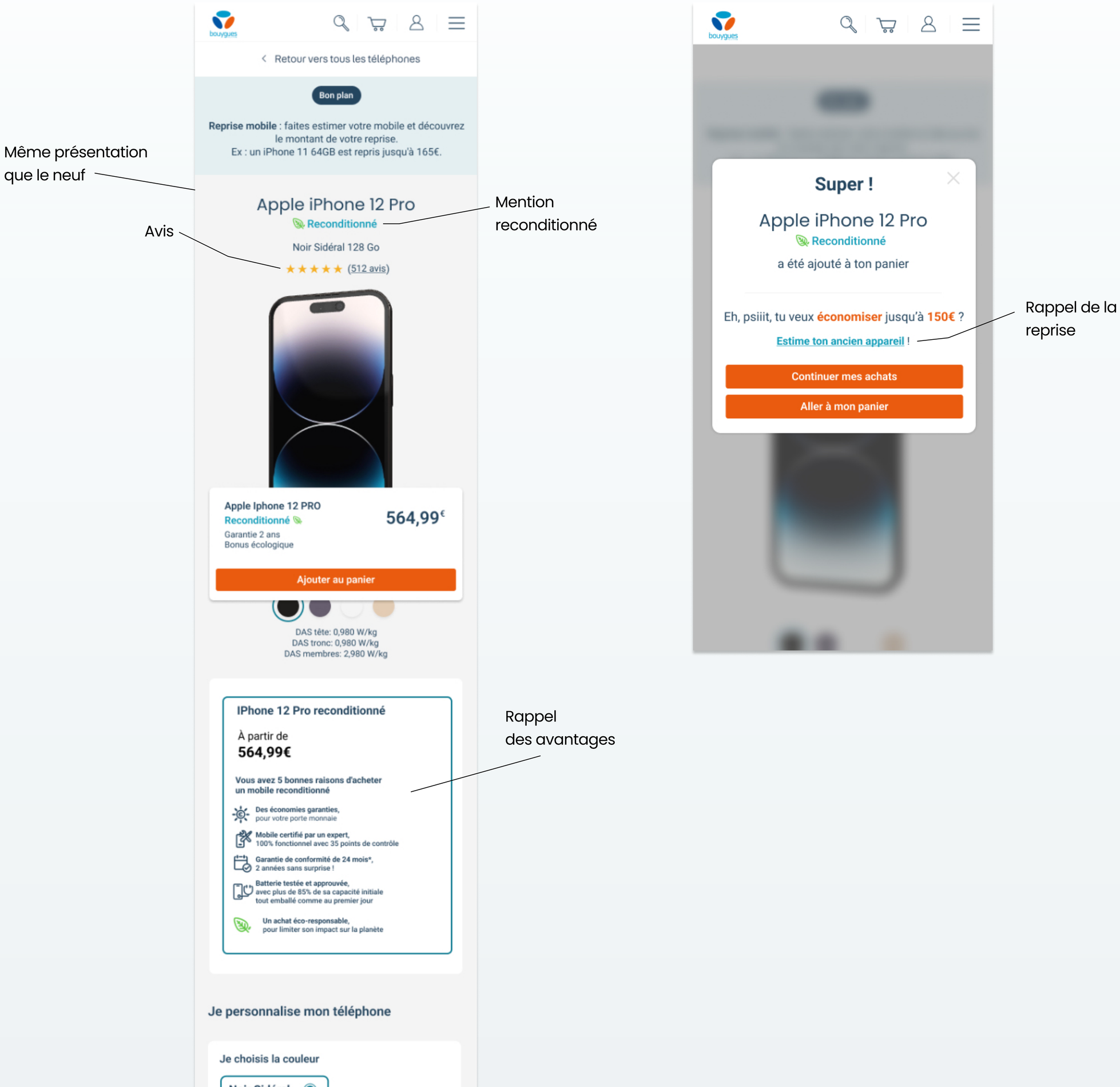
Nous avons opté pour la création d'une page regroupant tous les téléphones reconditionnés disponibles à la vente. Nous avons décidé d'utiliser de vraies photos des téléphones afin d'éviter que notre public cible n'associe le reconditionné à une version de qualité inférieure de l'appareil.

Dans le but d'augmenter les ventes, nous avons assuré une visibilité immédiate des prix, avec et sans forfait, dès le premier regard, sans avoir besoin de consulter la page produit. De plus, nous avons inclus le pourcentage de réduction par rapport au prix du même téléphone neuf, mettant ainsi en avant l'aspect économique du reconditionné.



✏️ LA PAGE DU PRODUIT **RECONDITIONNÉ**

Sur la nouvelle page produit, nous avons mis en avant, une fois de plus, la possibilité de reprise de téléphone grâce à la bande bleu clair en haut de la page.
Nous avons également réitéré les avantages d'acheter un téléphone reconditionné.
Une fois l'article ajouté au panier, il est possible d'estimer la valeur de notre ancien téléphone.

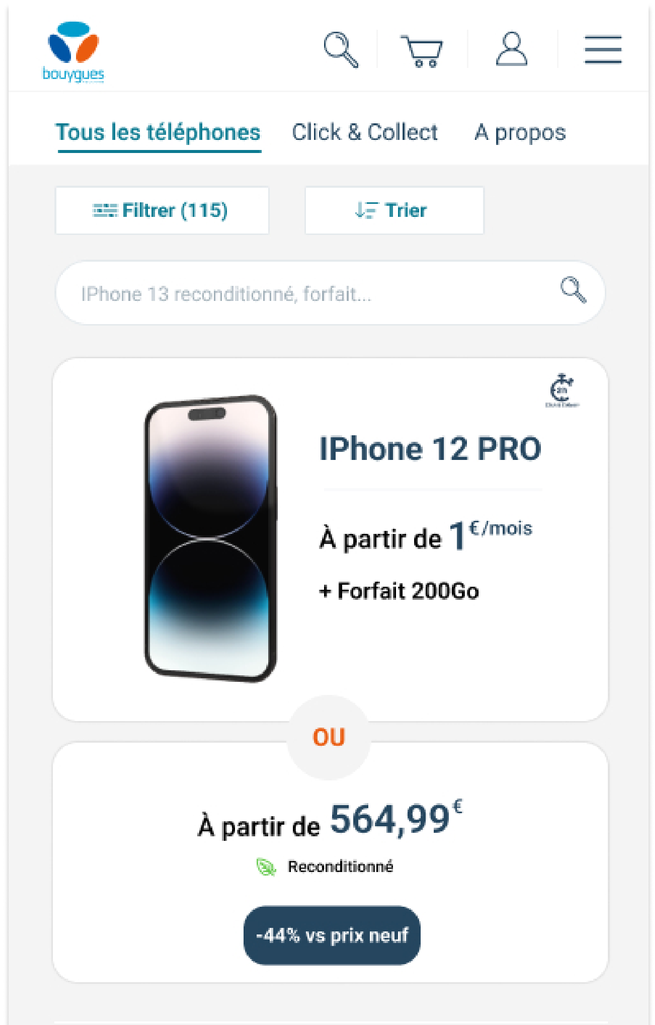


✏️ LA PAGE DU PRODUIT **NEUF** AVEC DU **RECONDITIONNÉ**

Et si on allait plus loin ? Sur la page d'un téléphone neuf, nous proposons un rappel pour réaliser des économies et acheter le même téléphone en reconditionné.

Pour encore plus d'impact, lors du choix, le client peut décider entre un téléphone neuf ou un téléphone reconditionné.

Pour augmenter les ventes, il faut aller chercher notre consommateur dans son parcours habituel.



🤓 CONCLUSION DU PROJET (pour le client)

Aujourd'hui, de plus en plus de personnes cherchent des alternatives plus écologiques et économiques pour leurs achats, et cela inclut également les téléphones portables.

Ici vous avez toutes les clés en mains pour arriver à au bout de votre objectif avec votre notoriété vous pouvez rassurer ce client et en réfléchissant ensemble on voit que l'on peut trouver des moyens supplémentaires qui vont permettre au client de s'intéresser au reconditionné chez vous.

Mais pourquoi pas aller plus loin et avec ça redorer votre image et vous tourner vers un esprit plus responsable et prouver que Bouygues Telecom peut sauver plus d'un smartphone et même pousser le bouchon un peu plus loin et pourquoi pas sauver des boxes internet ? Le monde du reconditionné n'a pas de limites.