



UnitedFit



**ALEXANDRE**  
CIBOT



**CHLOÉ**  
ECHASSERIAU



**JULIEN**  
DA SILVA



**LUCILLE**  
TOMBRE DELMAS



**VÉRONIQUE**  
CHOQUET

# LE CONCEPT

## **Le contexte.**

---

L'utilisation des applications sportives a augmenté de 62% depuis 2014. Beaucoup sont présentées sous forme de routine d'exercices. Mais les utilisateurs sont seuls face à leurs objectifs et à leur volonté. Souvent, ils se démotivent et abandonnent, et l'application finit par être supprimée.

La problématique.

**Comment rendre le sport motivant et  
challengeant pour l'utilisateur ?**

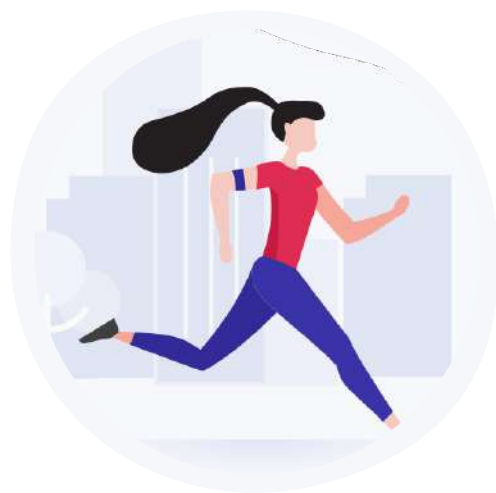
## **Le projet.**

### **Together stronger!**

UnitedFit s'inscrit dans une volonté de stimuler la compétitivité positive et jouer sur la dynamique de groupe, afin que les utilisateurs s'encouragent à réaliser des challenges. L'objectif recherché est le surpassement de soi à travers un objectif commun.



## Le projet.



### **PARTICIPER**

Publics ou privés  
Seul ou à plusieurs  
Plusieurs sports



### **SE SURPASSER**

Niveaux de difficultés  
Classement général  
Statistiques et points



### **ENCOURAGER**

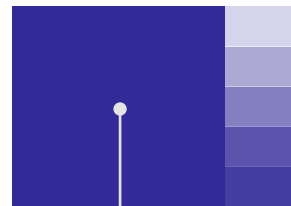
Intéractions  
Invitations challenges

**DÉMONSTRATION**

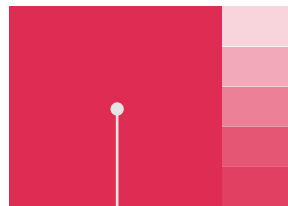


**DESIGN**

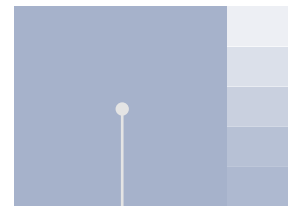
## La charte graphique.



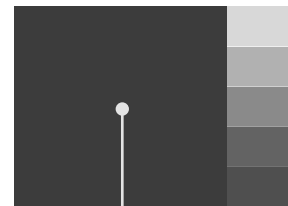
#312A98



#DF2C52

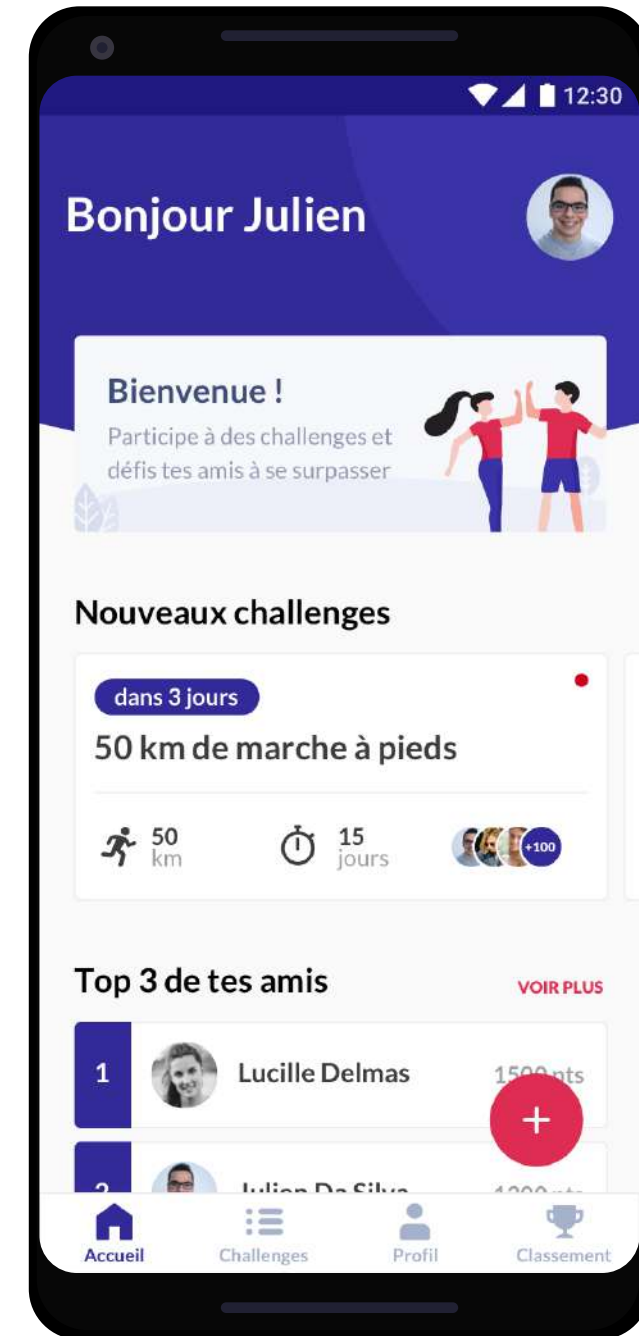


#A6B2CB

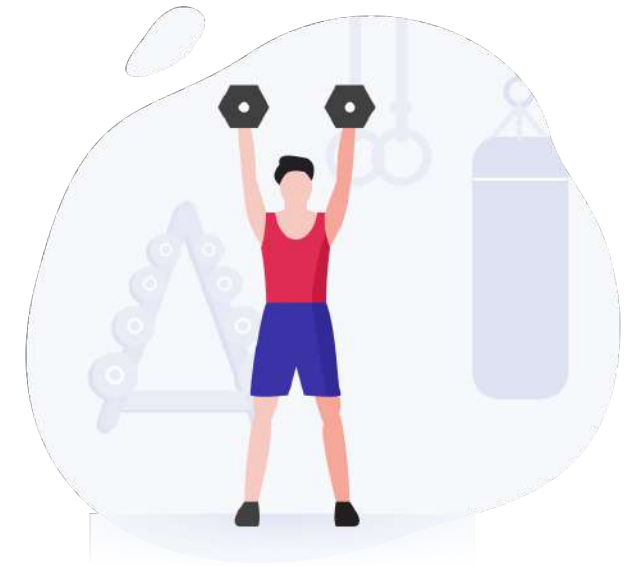


#3C3C3C

**Lato Bold**  
Lato Regular



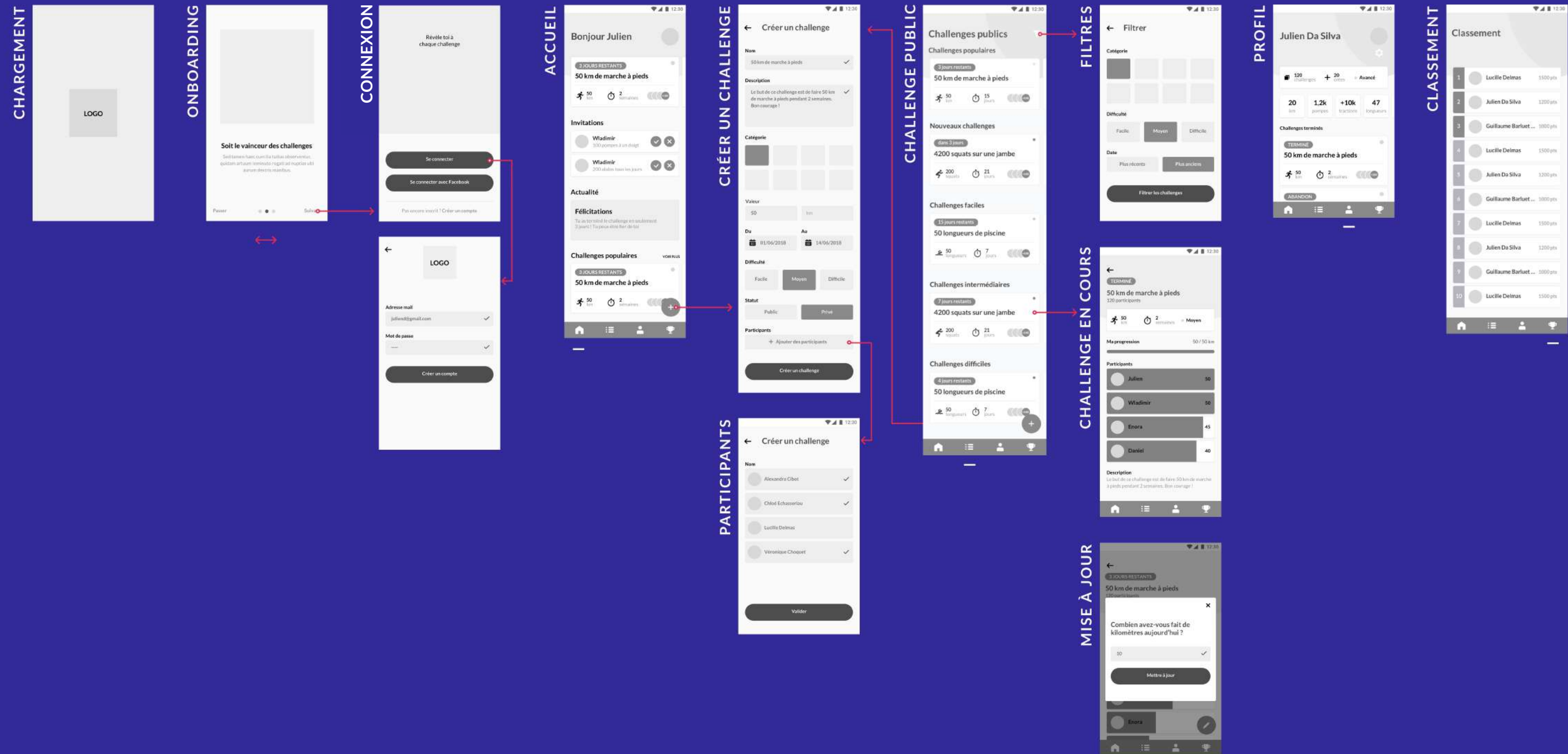
## La charte graphique.



## La charte graphique.



# Le user flow.



**STRATÉGIE**

## **La stratégie.**

---

### **MARKETING**

- Stickers et QR code
- Publicités sponsorisées
- Salon Body Fitness
- Street marketing

### **MONÉTISATION**

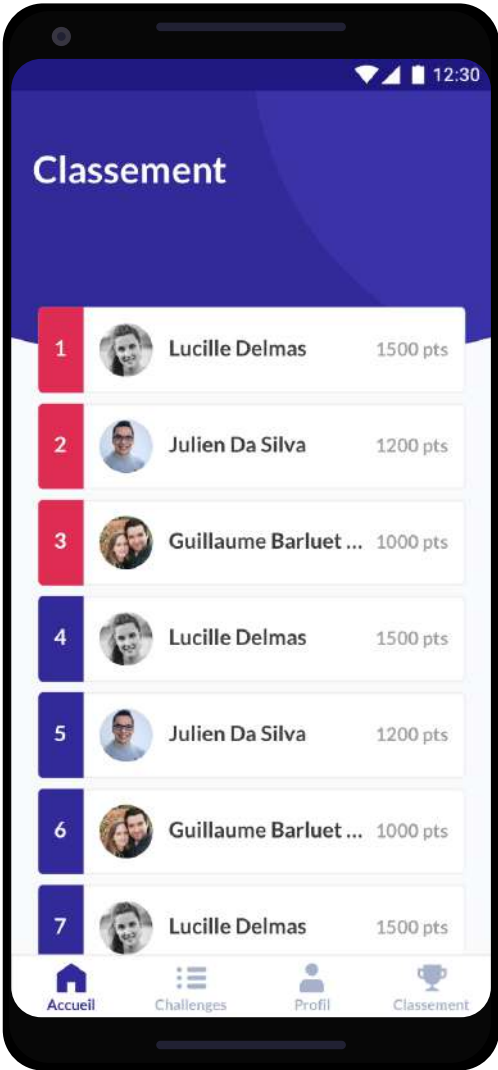
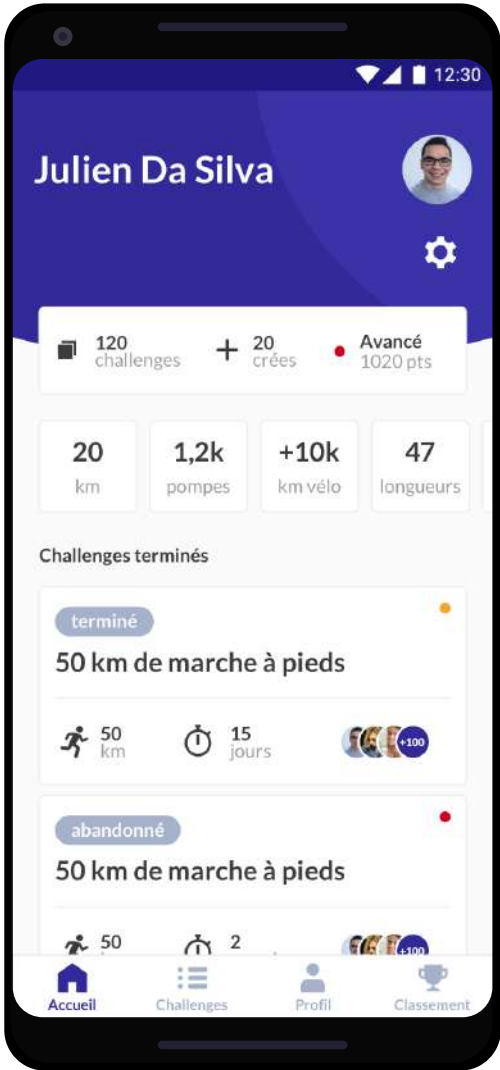
- Revente de données
- 1 version gratuite
- 1 version payante



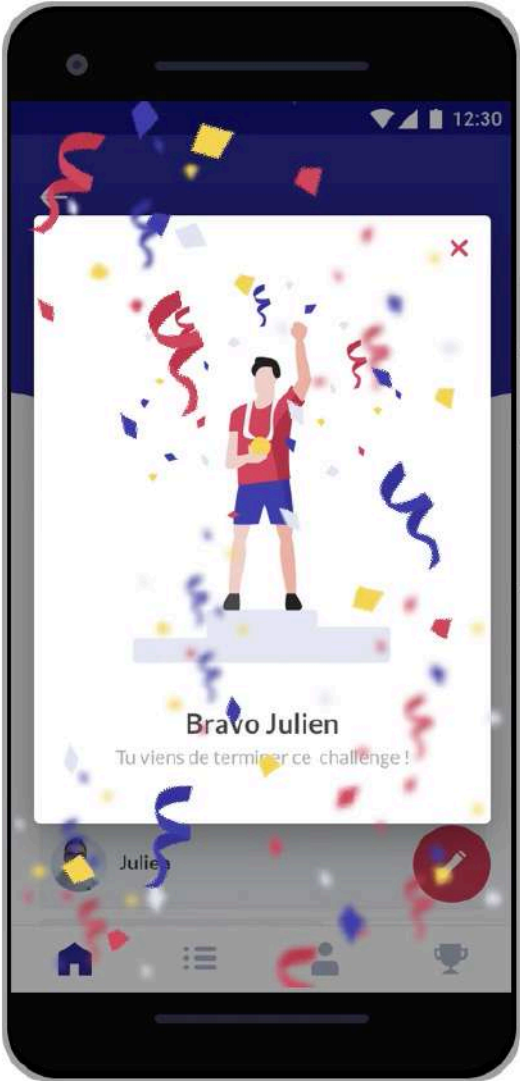
**ET ENSUITE ?**



La suite.



La suite.



**MERCI**