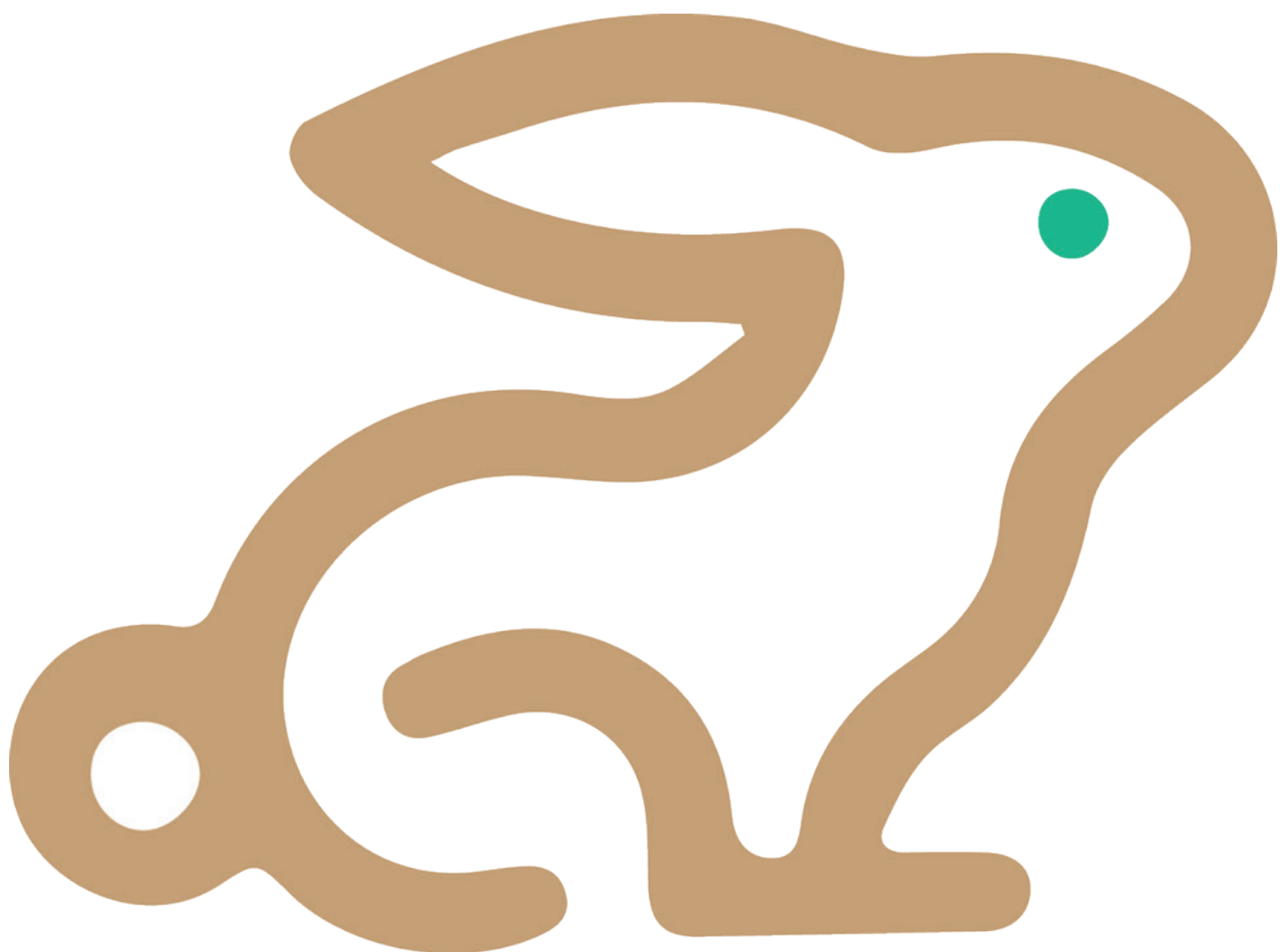


Dossier de présentation





Qui sommes nous ?

Notre société sera en charge de prendre votre projet en main de son élaboration à sa réalisation.

Composez de quatre membres, notre but est de réaliser un support de communication innovant pour notre client qui se trouve être Fourvière Hôtel.



Ombeline Soladieu



Enzo Janoir



Adrien Besson



Cyril Andre

Sommaire

- Présentation Client

- Notre concept

- Recommendations

- Problématique

- Déroulement du projet

Présentation projet



Dans le cadre de la réalisation d'un support de communication, nous avons été missionnés sur une durée de 5 jours pour venir en «aide» au Fourvière Hôtel, afin de lui apporter nos diverses connaissances dans le milieu du digitale. Notre travail se base sur la réalisation d'un «concept» qui permettrait de mettre en avant l'Hôtel et de raviver l'afflux de clients lyonnais au sein de l'enceinte de rêve qui surplombe notre ville du haut de la colline de Fourvière.

Dans un premier temps, nous avons créé notre société qui se nomme HARE Studio, inspiré du lièvre «hare» en anglais un animal vif avec comme atout une vision à 360°. C'est alors qu'intervient le choix du charte graphique, qui à toute son importance au sein du projet. Il a ensuite fallu se représenter les tâches à réaliser et les planifiés. Les postes ont alors été définis en fonction des compétences et des affinités de chacun pour rester le plus productif possible tout en favorisant le travail groupé.



Problématique

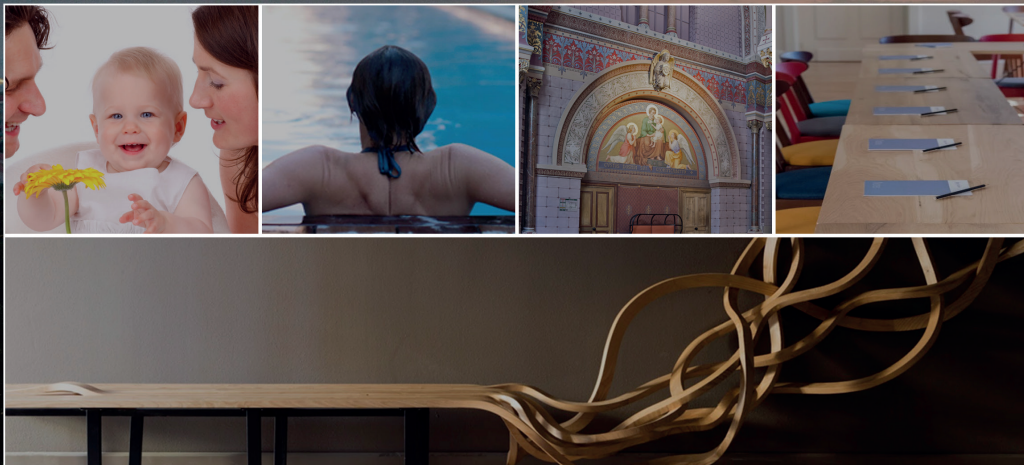
Développer la notoriété de
l'établissement à travers
son histoire et sa magie

Concept

Pour restituer le contexte, nous avons comme mission de réaliser un plan d'action de communication pour le Fourvière Hôtel. Au travers d'une semaine de cours, nos idées se sont centralisées sur, l'amélioration de l'expérience utilisatrice du site internet grâce à l'éveil de la curiosité et une visite virtuelle interactive à 360°. Pour tenter de répondre à la demande faites par le client, nous avons dans un premier temps eu comme idée de support l'aide d'une visite virtuel. Le problème reste de rendre ça «humain» tout en s'adressant aux habitants de la région lyonnaise mais aussi gardée une part d'attraction pour les clients externe. L'expérience cliente a été notre cheval de bataille pour bâtir notre approche et développer nos idées.

VOTRE PARCOURS PERSONNALISE

lorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem
ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem ipsumlorem
ipsumlorem ipsumlorem ipsum



Déroulement du projet

JOUR 1 :

Au commencement de ce projet, notre premier point d'attache et de réflexion a été d'essayer de comprendre au mieux les besoins du client tout en essayant d'apporter un concept innovant et marketing en adéquation avec la problématique qui nous a été soumise.

Les rôles se sont repartis de manière naturelle, en adéquation avec les compétences de chaque membre du groupe. Après avoir présenté nos premières idées de supports, il fallait retravailler notre conception du message que nous allions transmettre. Et la question principale reste, comment faire connaître le lieu aux Lyonnais, tout en prenant en compte la part de clientèle extérieure à la région.

JOUR 2 :

Après avoir recentré nos esprits sur le fait de réaliser un concept, le premier problème a été de rester innovant tout en proposant une offre attractive. Après avoir étudié le benchmark, des idées ont émergé dont celle d'une « conciergerie virtuelle ». Le principe est de compléter l'hospitalité humaine par des outils digitaux. Les services varient en fonction des préférences de l'hôtelier et de ses clients. Nous avons commencé par élaborer une interface utilisatrice en index du site principal. Cet onglet permet aux prospects de créer leur séjour.

JOUR 3 :

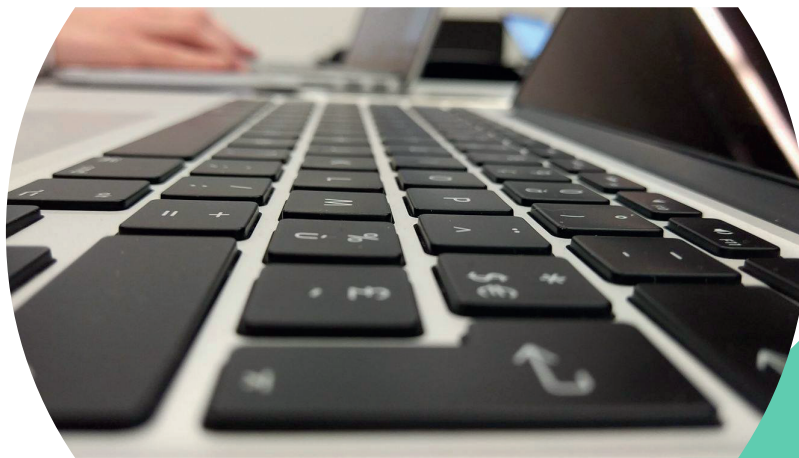
La journée commence par les wireframes de notre site. Inspiré d'une approche cognitive, nous avons développé l'aspect personnalisable de nos offres. Nous avons toujours en tête notre campagne print qui faisait partie de notre premier concept, c'est pourquoi les bannières web sont arrivées très tôt. Pour mettre en relation photo et histoire, ils nous fallait des clichés de l'hôtel que nous n'avons pu récupérer mardi. La mise en place du dossier s'est lancée, en parallèle du travail d'écriture et d'imagination de notre parcours de visite virtuelle.

JOUR 4 :

Jour des prises photo et des dernières mises en place. La matinée découpe le groupe en deux, une partie part faire les clichés de l'hôtel. L'autre entretien l'avancé du dossier, la recherche des musiques, du texte de la visite. La mise en place entière des outils se finalisent ce jour-là. Il reste à intégrer la visite au site. La découpe des idées pour le powerpoint et notre présentation commence à être discutée. Les parcours travaillés sont définis et expérimentés pour voir si toutes nos idées sont en correspondance.

JOUR 5 :

Dernier jour avant le rendu final et la pression est présente. Tous les derniers préparatifs sont en cours, on ajuste les textes, les photos, notre présentation. L'intégration de la visite au site prend du temps et nous met pas mal de pression. Cependant, on y arrive et le rendu est en accord avec nos attentes. La boîte à idée se développe et la campagne print y prend toute sa place. Il nous reste à disposer les musiques sur le contenu web, mettre en place notre présentation orale et laisser place à la fin de l'aventure.



Remarques

Un sujet innovant pour nous, mais difficile à réaliser dans ce laps de temps.

Une approche intéressante, mais manque d'apprentissage dans le milieu audio-visuel.

Difficultés dans la réalisation d'un rendu avec des outils que nous ne maîtrisons pas forcément.

Travail et cohésion de groupe présente durant l'ensemble du projet.

Quelques problèmes de compréhension avec l'attente d'un «concept» en début de projet.

Sujet difficile à interpréter dans son ensemble.

En soit, nous sommes heureux du rendu final de ce projet.

