

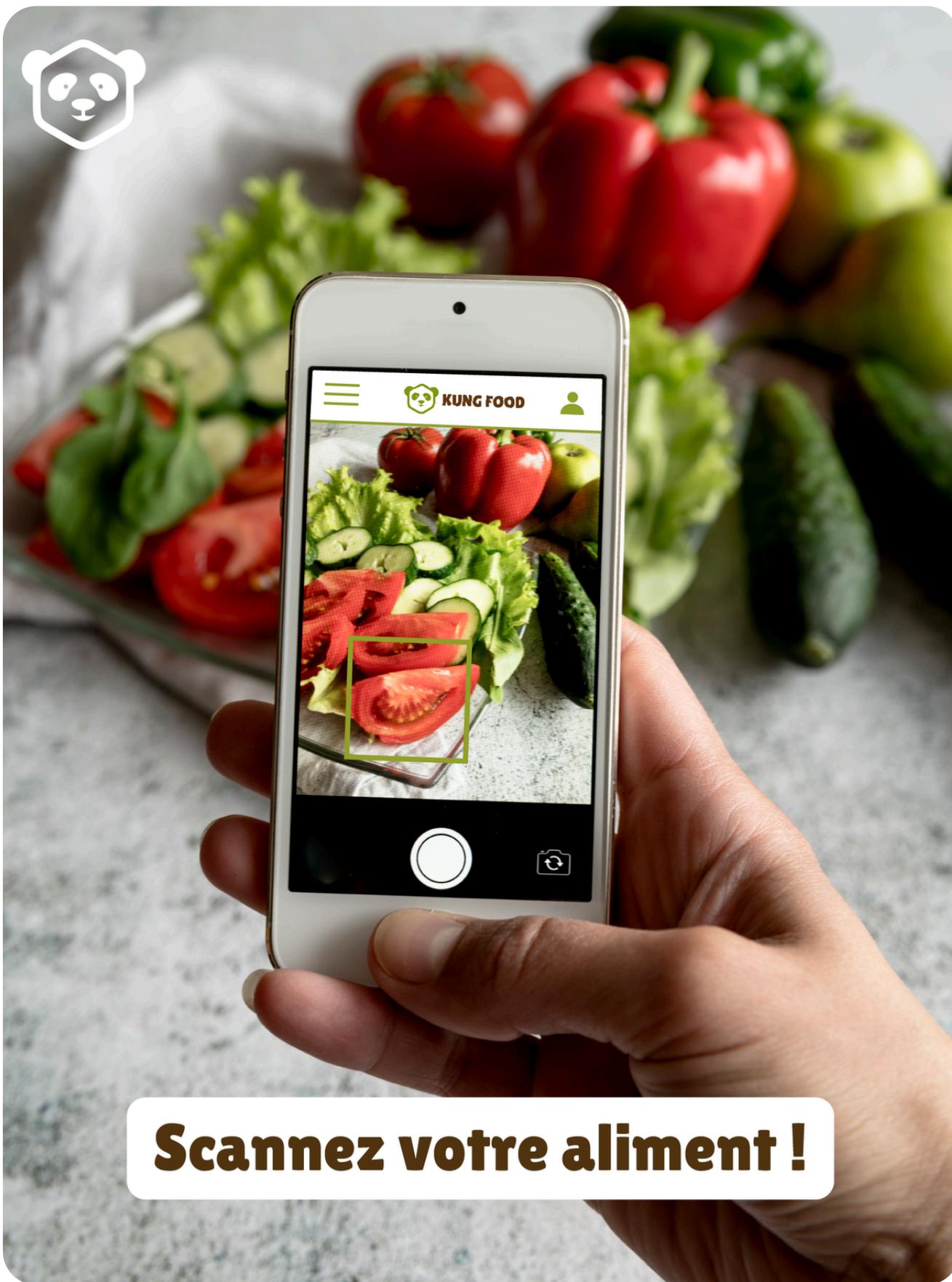
Stratégie Digitale Multicanal de KungFood



KUNG FOOD

Bilan sur le lancement de l'application - Mars 2025

Introduction



Scannez votre aliment !

● Qu'est-ce que KungFood ?

- Start-up parisienne.
- Concept d'**application** mobile qui permet aux utilisateurs de scanner leur nourriture et d'en découvrir l'**impact nutritionnel, environnemental et carbone**.

● Mission de KungFood

- **Sensibiliser** le public aux enjeux d'une alimentation plus responsable et fournir des **informations claires et accessibles** pour aider les consommateurs à adopter des habitudes alimentaires **plus durables et saines**.

● Enjeux du lancement

- Se démarquer des applications existantes.
- Convaincre les consommateurs d'**adopter une démarche plus responsable**.
- Créer une **communauté engagée** autour de la transparence et de la consommation responsable.

Objectifs de la stratégie digitale

- Augmenter la **notoriété** de la marque auprès de notre public cible d'ici les **8 prochains mois**
- Acquérir **5 000 utilisateurs actifs mensuels** dans les **12 mois suivant le lancement** de l'application
- Augmenter le **trafic sur notre site internet** en publiant **un article de blog par semaine** et en les relayant sur nos réseaux
- Aligner nos **engagements RSE** avec notre communication en évaluant l'**empreinte carbone** de nos actions de communication



Synthèse des personas

1. JEANNE



La consommatrice éco-responsable

Revenus : 35 - 40 K € /an (modéré)

Attentes : Connaître l'impact de ses achats, consommer plus responsable

Barrières : Méfiance envers les labels, évite les prix élevés

2. MARC



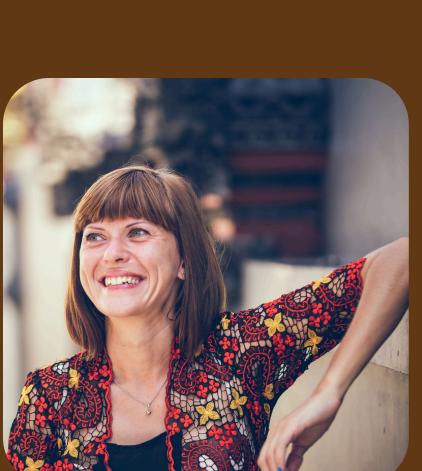
Le gourmet flexitarien

Revenus : 45 - 50 K € /an (élevé)

Attentes : Manger sain et gourmand, découvrir de nouveaux aliments

Barrières : Manque de temps, habitudes alimentaires ancrées

3. SOPHIE



La maman protectrice

Revenus : 55 - 60 K € /an (CSP +)

Attentes : Protéger la santé de sa famille, éviter les produits transformés

Barrières : Manque de temps, méfiance envers les applications

4. LUC



L'activiste étudiant

Revenus : 10 - 15 K €/an (Très faible)

Attentes : Réduire son impact, dénoncer les pratiques néfastes

Barrières : Budget limité, sceptique face aux labels

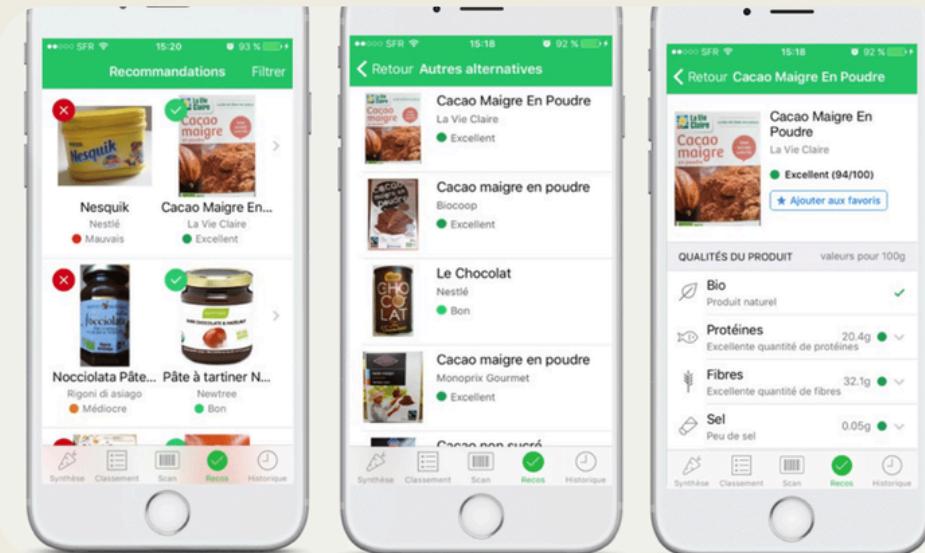
Contexte du marché et analyse SWOT

Pour mieux comprendre la situation actuelle de KungFood, une analyse SWOT a été réalisée.

FORCES	FAIBLESSES	OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">Existence d'une application innovanteEngagement RSE fortBase de données sur l'impact nutritionnel, environnemental et carbone des aliments	<ul style="list-style-type: none">Absence de site web et de réseaux sociauxManque de notoriétéRessources limitées pour le marketing	<ul style="list-style-type: none">Croissance du marché des applications de nutritionSensibilisation accrue aux enjeux environnementauxPartenariats potentiels avec d'autres entreprises durablesImpact des réseaux sociaux et d'un site internet sur la notoriété	<ul style="list-style-type: none">Concurrence forte (Yuka, Open Food Facts, MyCO2)Scepticisme des utilisateurs envers les nouvelles applicationsÉvolution rapide des technologies et des tendances de consommation

Analyse des concurrents

YUKA



L'application de référence pour scanner les produits alimentaires et évaluer leur qualité nutritionnelle.

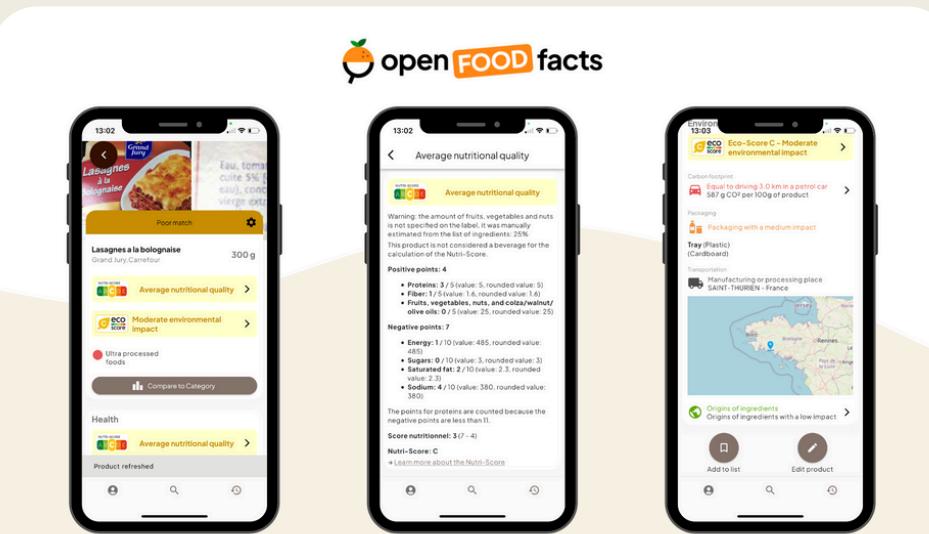
Forces

- Interface intuitive et facile à utiliser
- Analyse nutritionnelle avec code couleur

Faiblesses

- Peu axée sur l'empreinte carbone
- Base de données incomplète

OPEN FOOD FACTS



L'application permettant d'accéder en détails à la composition des produits alimentaires.

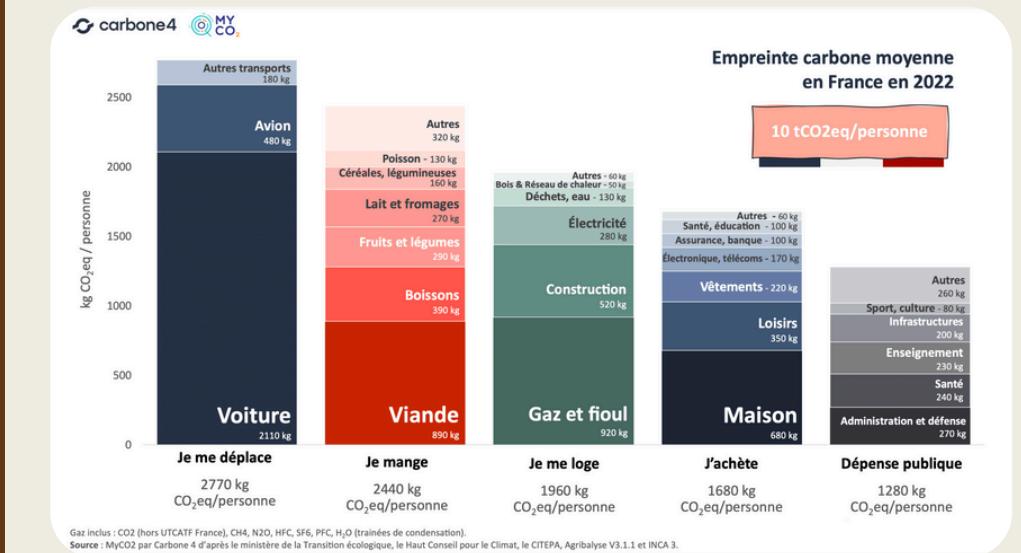
Forces

- Transparence des informations
- Collaboration (bdd et open-source)

Faiblesses

- Interface peu moderne
- Faible notoriété

MYCO2



Gas inclus : CO₂ (hors UTCAF France), CH₄, N₂O, HFC, SF₆, PFC, H₂O (traînées de condensation).
Source : MyCO2 par Carbone 4 d'après le ministère de la Transition écologique, le Haut Conseil pour le Climat, le CITEPA, Agribalise V3.1.1 et INCA 3.

L'application dédiée à la mesure de l'empreinte carbone des aliments pour sensibiliser les consommateurs à l'impact.

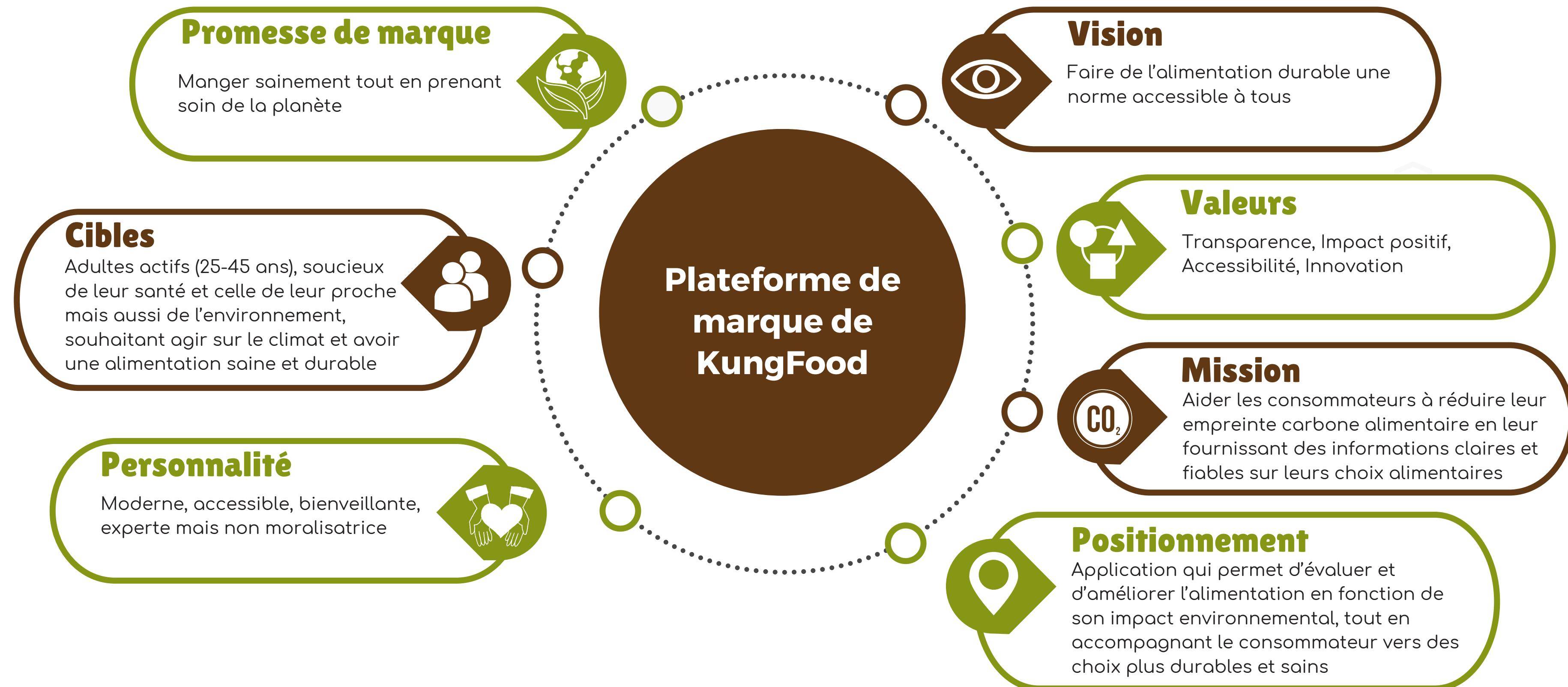
Forces

- Expertise CO₂
- sensibilisation environnementale

Faiblesses

- Manque de notoriété
- Fonctionnalités limitées

Plateforme de marque



Décomposition de notre identité de marque

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

● Couleurs

Vert (nature et durabilité), marron (authenticité et transparence), beige (douceur et accessibilité) et noir (lisibilité et modernité)

● Typographies

Lilita One & Comfortaa : Modernes, lisibles, conviviales et engageantes

● Illustrations

Informatives et attrayantes, facilitant la compréhension des messages, communication visuellement engageante

● Logo

2 versions : couleurs et noir & blanc afin de s'adapter au mieux au support et contraste

AUTRES ÉLÉMENTS

● Message

Encourager à faire des choix alimentaires pour la santé et l'environnement

● Slogan

Transparence et responsabilités des choix alimentaires

● Positionnement

Application qui aide les utilisateurs à faire des choix éclairés et responsables sur l'alimentation

● Style rédactionnel et tonalité

Conversationnel, engageant et informatif. Langage clair et simple. Ton positif et encourageant

Canaux de communication et stratégie de contenu

Site Web

Objectifs

- Faire connaître l'application
- Se positionner en tant qu'expert
- Aider au téléchargement de l'application
- Trouver de nouveaux clients et partenaires commerciaux
- Minimiser son empreinte carbone

Sections principales

- Présentation
- Blog
- Partenariats
- Téléchargement de l'application

Instagram

Stratégie

Partager des :

- Recettes
- Conseils pour décarboner son alimentation
- Marques d'aliments durables et leurs histoires,
- Conseils de durabilité

Fréquence

- 4 stories
- 2 posts
- 1 reel par semaine

LinkedIn

Stratégie

Partager des articles et des ressources sur :

- L'alimentation durable et la santé
- La vie de l'entreprise
- Comment les entreprises peuvent baisser l'empreinte carbone de leur alimentation

Fréquence

- 2 publications par semaine

Calendrier éditorial

INSTAGRAM LINKEDIN BLOG

SEMAINE TYPE

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
Semaine 1	<ul style="list-style-type: none">• STORY : Recette durable de la semaine - Ingrédients et étapes• POST : Astuce zéro déchet - Comment utiliser les restes de cuisine pour réduire le gaspillage alimentaire	<ul style="list-style-type: none">• STORY : Impact environnemental d'un aliment courant - Comparaison des empreintes carbone• POST : Vie de l'entreprise - Présentation de l'équipe KungFood et de notre engagement RSE	<ul style="list-style-type: none">• REEL : Recette végétarienne rapide - Vidéo tutorielle (30 secondes)• ARTICLE: "Comment choisir des produits bio et locaux pour une alimentation plus durable"	<ul style="list-style-type: none">• STORY : Quiz interactif - Connaissez-vous l'empreinte carbone de vos aliments ?• POST : Recette végétarienne du jour - Ingrédients et préparation en images	<p>POST : Résultats de notre démarche RSE - Bilan trimestriel et objectifs futurs</p>	<p>STORY : Témoignage d'un utilisateur - Son expérience avec KungFood</p>

Marronnier marketing

JANVIER

- 16 janvier : Journée internationale de la cuisine italienne
- 24 janvier : Journée mondiale de la culture africaine

FÉVRIER

- 4 février : Journée mondiale contre le cancer
- 28 février : Journée mondiale sans viande

MARS

- 8 mars : Journée internationale des droits des femmes
- 21 mars : Journée internationale des forêts

AVRIL

- 7 avril : Journée mondiale de la santé
- 22 avril : Journée de la Terre

MAI

- 15 mai : Journée internationale des familles
- 20 mai : Journée mondiale des abeilles

JUIN

- 5 juin : Journée mondiale de l'environnement
- 21 juin : Journée internationale du yoga

JUILLET

- 1er juillet : Journée mondiale de la nutrition
- 29 juillet : Journée mondiale du tigre

AOÛT

- 9 août : Journée internationale des populations autochtones
- 12 août : Journée internationale de la jeunesse

SEPTEMBRE

- 16 septembre : Journée internationale de la protection de la couche d'ozone
- 29 septembre : Journée mondiale du cœur

OCTOBRE

- 16 octobre : Journée mondiale de l'alimentation
- 24 octobre : Journée des Nations Unies

NOVEMBRE

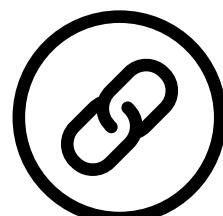
- 1er novembre : Journée mondiale du véganisme
- 21 novembre : Journée mondiale de la pêche

DÉCEMBRE

- 5 décembre : Journée mondiale du sol
- 10 décembre : Journée internationale des droits de l'homme

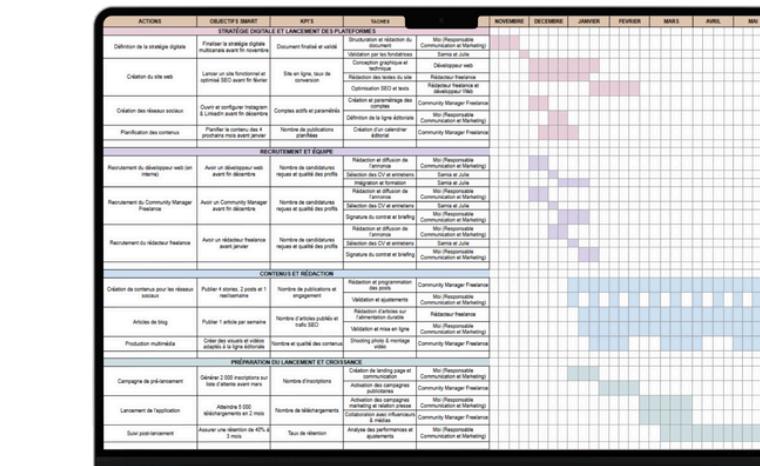
Plan d'action sur 8 mois

Phases	Durée	Tâches principales
Stratégie digitale et plateformes	Novembre - Février	Définition de la stratégie digitale, création du site web, mise en place des réseaux sociaux, planification du contenu
Recrutement et équipe	Décembre - Janvier	Recrutement du développeur web, recrutement des freelances (Community Manager et rédacteur)
Contenus et rédaction	Janvier - Juin	Création et planification des contenus réseaux sociaux, rédaction et publication des articles de blog, production de visuels et vidéos
Préparation du lancement et croissance	Janvier - Juin	Campagne de pré-lancement, activation des campagnes publicitaires, lancement de l'application, suivi post-lancement et optimisation



Lien du rétroplanning / Gantt (Google Sheet)

APERÇU GLOBAL



APERÇU DÉTAILLÉ

ACTIONS	OBJECTIFS SMART	TACHES	RESPONSABLE	NOV
STRATÉGIE DIGITALE ET LANCEMENT DES PLATEFORMES				
Définition de la stratégie digitale	Finaliser la stratégie digitale multicanale avant fin novembre	Document finalisé et validé	Moi (Responsable Communication et Marketing)	
Création du site web	Lancer un site fonctionnel et optimisé SEO avant fin février	Site en ligne, taux de conversion	Samia et Julie	
Création des réseaux sociaux	Ouvrir et configurer Instagram & LinkedIn avant fin décembre	Comptes actifs et paramétrés	Rédacteur freelance	
Planification des contenus	Planifier le contenu des 4 prochains mois avant janvier	Nombre de publications planifiées	Community Manager Freelance	
RECRUTEMENT ET ÉQUIPE				
Recrutement du développeur web (en interne)	Avoir un développeur web avant fin décembre	Nombre de candidatures reçues et qualité des profils	Rédaction et diffusion de l'annonce	Moi (Responsable Communication et Marketing)
Recrutement du Community Manager Freelance	Avoir un Community Manager avec fin décembre	Nombre de candidatures reçues et qualité des profils	Sélection des CV et entretiens	Samia et Julie
Recrutement du rédacteur freelance	Avoir un rédacteur freelance avec janvier	Nombre de candidatures reçues et qualité des profils	Intégration et formation	Samia et Julie
CONTENUS ET RÉDACTION				
Création de contenu pour les réseaux sociaux	Publier 4 articles, 2 fois par semaine	Nombre d'articles publiés et qualité des articles	Rédaction et diffusion de l'annonce	Moi (Responsable Communication et Marketing)
Articles de blog	Publier 1 article par semaine	Nombre d'articles publiés et qualité des articles	Sélection des CV et entretiens	Samia et Julie
Production multimédia	Créer des visuels et vidéos pour les réseaux sociaux	Nombre et qualité des contenus	Intégration et formation	Samia et Julie
PRÉPARATION DU LANCEMENT ET CROISSANCE				
Campagne de pré-lancement	Générer 2 000 inscriptions sur les plateformes	Nombre d'inscriptions	Rédaction et diffusion de l'annonce	Moi (Responsable Communication et Marketing)
Lancement de l'application	Atteindre 1 000 téléchargements et utilisateurs actifs	Nombre de téléchargements et utilisateurs actifs	Sélection des CV et entretiens	Samia et Julie
Suivi post-lancement	Assurer une croissance de 45% A 2 mois	Taux de rétention	Intégration et formation	Moi (Responsable Communication et Marketing)
CONTENUS ET RÉDACTION				
Recrutement du développeur web	Avoir un développeur web avant fin décembre	Nombre de candidatures reçues et qualité des profils	Rédaction et diffusion de l'annonce	Moi (Responsable Communication et Marketing)
Recrutement du Community Manager	Avoir un Community Manager avant fin décembre	Nombre de candidatures reçues et qualité des profils	Sélection des CV et entretiens	Samia et Julie
Recrutement du rédacteur	Avoir un rédacteur avant janvier	Nombre de candidatures reçues et qualité des profils	Intégration et formation	Moi (Responsable Communication et Marketing)
			Signature du contrat et brief	Moi (Responsable Communication et Marketing)

Suivi des performances

● KPI's à suivre

- Téléchargements de l'application
- Engagement sur les réseaux sociaux (likes, commentaires, partages)
- Trafic web (sessions, pages vues, taux de rebond)
- Performances des contenus (articles de blog, posts sur les réseaux sociaux)
- Conversion (inscriptions à la newsletter, téléchargements de l'application)

● KPI's –Méthode Agile

- Burndown Chart (suivre en temps réel la quantité de travail restant à accomplir dans chaque sprint)
- Burnup Chart (visualiser la progression globale vers l'achèvement du projet)

● Outils de mesure

- Google Analytics : Suivi du trafic web, sources de trafic, comportement des utilisateurs
- Hootsuite : Gestion, planification et analyse des réseaux sociaux, suivi de l'engagement

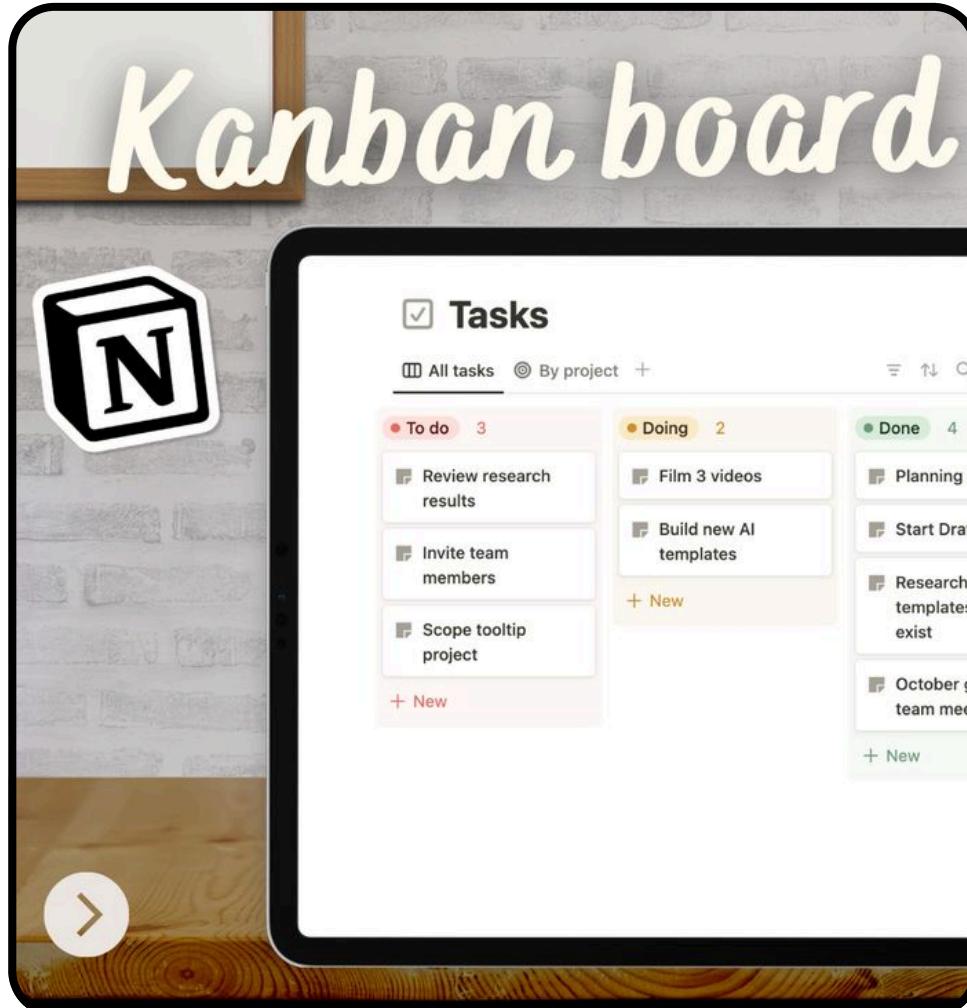
● Plan de reporting mensuel

- **Dashboard** : Suivi des tendances et actions correctives
- Rapports mensuels détaillant les performances, les réussites et les axes d'amélioration

Outil de gestion de projet

● Pourquoi avoir choisi Notion ?

- Simplicité d'utilisation : Interface intuitive et personnalisable
- Suivi des tâches efficace : Organisation en listes, tableaux Kanban et calendriers
- Collaboration optimisée : Attribution des tâches, publication de commentaires et partage en temps réel
- Centralisation des documents : Stockage et archivage accessibles à toute l'équipe
- Suivi des deadlines : Intégration de vues Gantt et calendrier pour un meilleur contrôle du planning
- Modèles et automatisation : Utilisation de templates pour standardiser les documents (comptes rendus, rapports, ...)



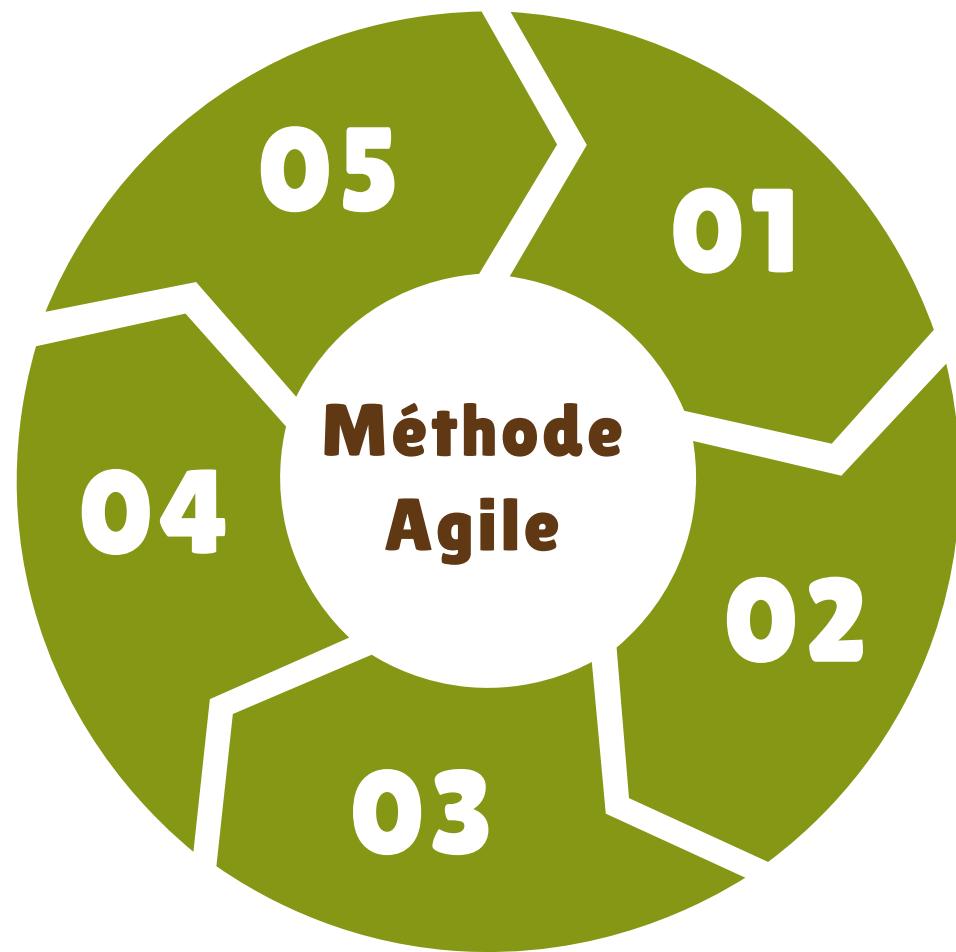
● Validation des livrables

- Processus de révision avec annotations et commentaires
- Notification automatique aux membres concernés
- Archivage des documents validés pour un suivi structuré



Notion

Méthode de gestion de projet



● Pourquoi la méthode Agile ?

- **Adaptabilité** : Ajustement rapide aux besoins et aux feedbacks
- **Livrations fréquentes** : Validation progressive des avancées pour identifier et corriger les problèmes rapidement
- **Résultats mesurables** : Suivi précis des objectifs à chaque sprint, facilitant l'évaluation des progrès et l'ajustement des priorités

● Avantages pour KungFood

- Meilleure réactivité aux besoins des utilisateurs et des parties prenantes
- Transparence accrue et communication renforcée au sein de l'équipe
- Livraison rapide et itérative des fonctionnalités de l'application et des contenus

● Les 5 étapes clés du cycle Agile

1. **Planification** : Définition des objectifs du sprint
2. **Backlog** : Priorisation des besoins
3. **Développement** : Exécution des tâches, production des livrables, réunions quotidiennes (daily meetings)
4. **Revue** : Présentation des livrables à l'équipe et aux parties prenantes
5. **Rétrospective** : Analyse des points à améliorer avant le sprint suivant

Recrutement et ressources

● Équipe à constituer :

- Développeur web (interne) : Spécialiste en éco-conception de site web
- Rédacteur freelance : Spécialiste de l'alimentation responsable
- Community manager freelance : Sensibilisé aux enjeux environnementaux

● Critères de sélection des candidats :

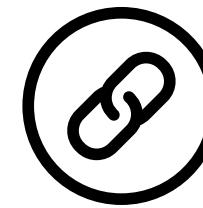
- Expérience et expertise dans leur domaine respectif
- Alignement avec nos valeurs et notre mission
- Capacité à travailler en méthode agile
- Sensibilité aux enjeux RSE et environnementaux
- Compétences en communication et collaboration

● Valeurs inclusives et accessibilité :

- Politique d'inclusion et de diversité : Favoriser la diversité des profils au sein de l'équipe
- Favoriser l'accessibilité : Prendre en compte les besoins des personnes en situation de handicap dans le recrutement et l'aménagement des postes de travail
- Mise à disposition de formations et d'outils pour favoriser l'inclusion et l'accessibilité au sein de l'entreprise

Documents techniques

Création des fiches de postes



Lien des fiches de postes

Développeur Web - Spécialiste en éco-conception (H / F)

Rattachement hiérarchique : Responsable Marketing et Communication

Type de contrat : Contrat à durée Indéterminée (CDI)

Mode de travail : Hybride (présentiel et télétravail)

Temps de travail : Temps plein

Date de prise de poste souhaitée : Dès que possible - Avant fin décembre 2024

Description du poste :

Le Développeur Web sera responsable de la conception, du développement et de la maintenance de notre site internet, en mettant l'accent sur l'éco-conception pour minimiser l'empreinte carbone. Il collaborera étroitement avec l'équipe marketing et communication pour assurer une expérience utilisateur optimale et respectueuse de l'environnement.

Compétences métiers recherchées :

- Maîtrise des langages de programmation web (HTML, CSS, JavaScript, etc.).
- Expérience en éco-conception de sites web et optimisation des performances.
- Connaissance des bonnes pratiques en matière d'accessibilité numérique.
- Compétence en gestion de bases de données et en intégration d'API.
- Sensibilité aux enjeux environnementaux et capacité à proposer des solutions durables.

Soft Skills recherchées:

- Esprit d'équipe et capacité à collaborer avec des équipes multidisciplinaires.
- Autonomie et proactivité dans la résolution de problèmes.
- Excellentes compétences en communication.
- Adaptabilité et ouverture à l'apprentissage continu.

Rémunération envisagée : Salaire selon profil et expérience

Profil :

- Diplôme en informatique ou domaine connexe.
- Expérience préalable en développement web, avec un focus sur l'éco-conception.
- Sensibilité aux enjeux environnementaux et durables.

Inclusion et handicap :

Nous encourageons les candidatures de personnes en situation de handicap. Notre entreprise s'engage à fournir un environnement de travail inclusif et à adapter les postes de travail en fonction des besoins individuels. Lors de la rédaction de cette offre, nous avons veillé à utiliser un langage clair et inclusif, conformément aux recommandations de l'Agefiph.

Rédacteur Freelance – Alimentation responsable (H / F)

Rattachement hiérarchique : Responsable Marketing et Communication

Type de contrat : Freelance

Mode de travail : Télétravail

Temps de travail : À définir selon les missions

Date de prise de poste souhaitée : Dès que possible - Avant fin décembre 2024

Description du poste :

Le Rédacteur freelance sera chargé de la création de contenus écrits sur des sujets liés à l'alimentation responsable, la nutrition et l'impact environnemental. Ces contenus seront utilisés pour le blog de l'entreprise, les réseaux sociaux et d'autres supports de communication.

Compétences métiers recherchées :

- Excellente maîtrise de la langue française, avec une capacité rédactionnelle avérée.
- Connaissance approfondie des thématiques liées à l'alimentation durable et à la nutrition.
- Capacité à adapter le ton et le style d'écriture en fonction du public cible.
- Compétence en recherche documentaire et vérification des sources.

Soft Skills recherchées:

- Créativité et capacité à proposer des angles innovants.
- Autonomie et gestion efficace du temps.
- Sensibilité aux enjeux environnementaux.
- Capacité à recevoir et intégrer des retours constructifs.

Rémunération envisagée : Taux journalier moyen (TJM) à négocier selon profil et expérience

Profil :

- Expérience significative en rédaction de contenus sur des sujets similaires.
- Portfolio ou exemples de travaux antérieurs requis.
- Formation en journalisme, communication ou domaine connexe appréciée.

Inclusion et handicap :

Nous valorisons la diversité et encourageons les candidatures de personnes en situation de handicap. Nous nous engageons à adapter nos processus de collaboration pour garantir une expérience de travail inclusive.

Community Manager Freelance (H / F)

Rattachement hiérarchique : Responsable Marketing et Communication

Type de contrat : Freelance

Mode de travail : Télétravail

Temps de travail : À définir selon les missions

Date de prise de poste souhaitée : Dès que possible - Avant fin décembre 2024

Description du poste :

Le Community Manager freelance sera responsable de la gestion et de l'animation des communautés en ligne de l'entreprise sur les réseaux sociaux. Il développera des stratégies pour accroître l'engagement, promouvoir l'application et sensibiliser le public aux enjeux environnementaux liés à l'alimentation.

Compétences métiers recherchées :

- Maîtrise des principales plateformes de réseaux sociaux (Instagram, LinkedIn, etc.).
- Expérience en création de contenu visuel et rédactionnel adapté aux médias sociaux.
- Connaissance des outils d'analyse des médias sociaux et des indicateurs de performance.
- Sensibilité aux questions environnementales et capacité à communiquer sur ces sujets.

Soft Skills recherchées:

- Excellentes compétences en communication et en relationnel.
- Créativité et sens de l'innovation.
- Autonomie et proactivité.
- Capacité à gérer plusieurs projets simultanément.

Rémunération envisagée : Taux journalier moyen (TJM) à négocier selon profil et expérience

Profil :

- Expérience avérée en gestion de communautés en ligne, de préférence dans le secteur de l'environnement ou de l'alimentation.
- Portfolio ou exemples de campagnes précédentes requis.
- Formation en communication, marketing digital ou domaine connexe appréciée.

Inclusion et handicap :

Nous sommes engagés en faveur de l'inclusion et encourageons les personnes en situation de handicap à postuler. Nous adapterons nos méthodes de travail pour garantir un environnement inclusif et accessible à tous.

Conception des documents techniques



KUNG FOOD
au  de votre assiette

CAHIER DES CHARGES
CRÉATION DU SITE WEB

PRÉSENTATION GÉNÉRALE
Nom du site : Kung Food

Description du site : site vitrine et application mobile qui permet de scanner les produits alimentaires et d'obtenir une information claire sur l'impact du produit sur la santé et l'environnement.

Adresse du site : www.kungfood.fr
Langue : français

OBJECTIFS DU SITE
Portée du site : site à but commercial.

Type(s) de site : site vitrine - Site d'informations.

Objectif(s) du site :

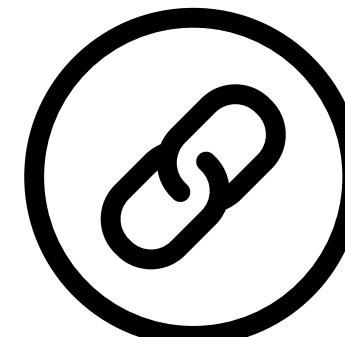
- Faire connaître l'application et la marque..
- Se positionner en tant qu'expert. Aider au téléchargement de l'application.
- Trouver de nouveaux clients et des partenaires commerciaux.
- Minimiser son empreinte carbone.

Public cible : Grand public + B2B (partenaires commerciaux)

Scénarios d'utilisation :

- Un utilisateur curieux veut comprendre l'impact de son alimentation et visite le site pour explorer les articles de blog.

Lien du cahier des charges





KUNG FOOD
au  de votre assiette

BRIEF TECHNIQUE ET CRÉATIF
CRÉATION DU SITE WEB

Date : 10 Décembre 2024
Responsable du projet : Mme Pagniez Hélène

1 - INTRODUCTION

Présentation du projet

Kung Food est une entreprise engagée qui propose une application mobile permettant de scanner les produits alimentaires et d'obtenir une information claire sur leur impact sur la santé et l'environnement.

L'objectif de ce projet est de concevoir un site web vitrine qui :

- Présente l'application et ses fonctionnalités
- Atire de nouveaux utilisateurs et partenaires
- Renforce l'image de marque de Kung Food en tant qu'acteur responsable

Contexte et vision

Kung Food s'inscrit dans une démarche d'information et de sensibilisation sur l'alimentation responsable. Le projet s'appuie sur les valeurs de transparence, d'éthique et de respect de l'environnement. À long terme, l'entreprise souhaite devenir une référence dans l'évaluation de l'impact des produits alimentaires et élargir son offre à de nouvelles fonctionnalités éducatives.

2 - OBJECTIFS ET EXIGENCES DU PROJET

Objectifs spécifiques

- Améliorer la notoriété de Kung Food
- Maximiser les téléchargements de l'application
- Favoriser l'engagement des utilisateurs via un blog et une newsletter

Lien du brief technique et créatif

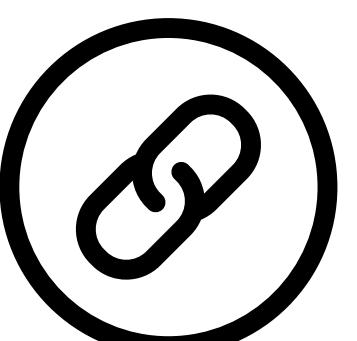


Conception des maquettes

The image displays ten wireframe prototypes for a mobile application named "Kung Food". The prototypes are arranged in two rows of five. Each prototype includes a header with the Kung Food logo and navigation links: A propos, Fonctionnalités, Partenaires, Blog, Contact.

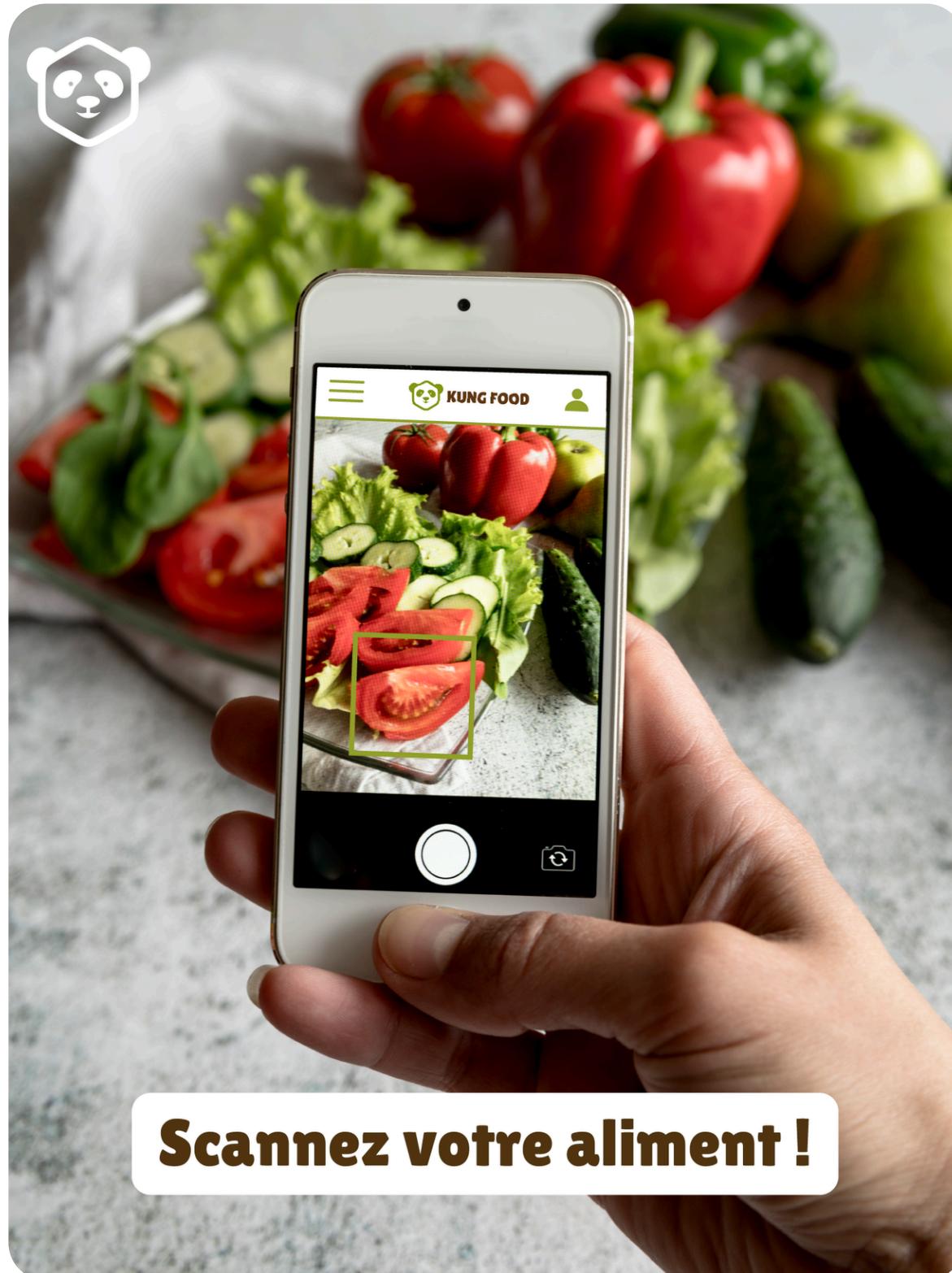
- Row 1:**
 - Home Screen:** Features a call-to-action "Télécharge l'application" and a section "Scannez, Comprenez, Mangez Responsable". It shows a hand holding a smartphone scanning a vegetable.
 - How it Works:** A flowchart showing three steps: 1. Scannez vos produits, 2. Analyser leur impact, 3. Faites le bon choix.
 - Our Mission:** A section titled "Notre mission" with a sub-section "Pourquoi utiliser Kung Food ?" containing text about the app's purpose in improving food transparency and environmental impact.
 - Partnerships:** A section titled "Partenaires" with a sub-section "Pourquoi les partenariats sont si importants ?" featuring icons for Impact positif and Innovation.
 - Blog:** A section titled "Le Blog Kung Food – Mangeons mieux, pour nous et pour la planète !" with a search bar and categories: Nutrition, Environnement, Labels bio, Recettes durables, Actus éco.
- Row 2:**
 - How it Works (continued):** Continues the flowchart from the first prototype.
 - Our History:** A section titled "Notre histoire" featuring portraits of Samia and Julie, the cofounders.
 - Key Features:** A section titled "Fonctionnalités clés" listing "Scanner des produits", "Comparaison rapide", "Suggestions personnalisées", and "Partage social".
 - Testimonials:** A section titled "Témoignages" with reviews from Jean-Marc, Sophie, and Joe.
 - Contact:** A section titled "Nous contacter" with a form for "Inscrivez-vous à notre newsletter" and a "Formulaire de contact" for general inquiries.

Lien Figma Maquettes



Bilan du comité de pilotage

Bilan comité de pilotage

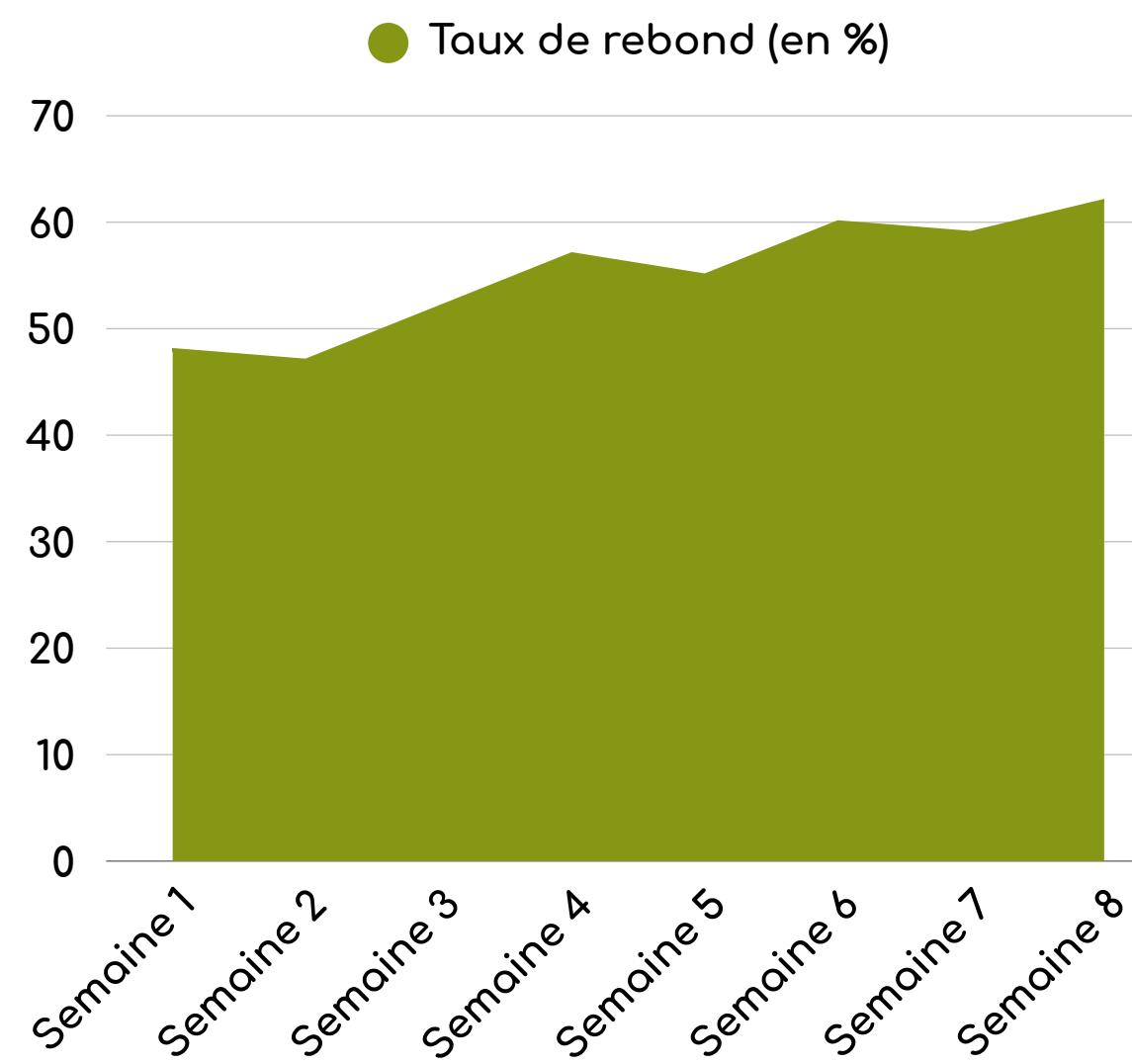


● Bilan des 2 premiers mois de KungFood

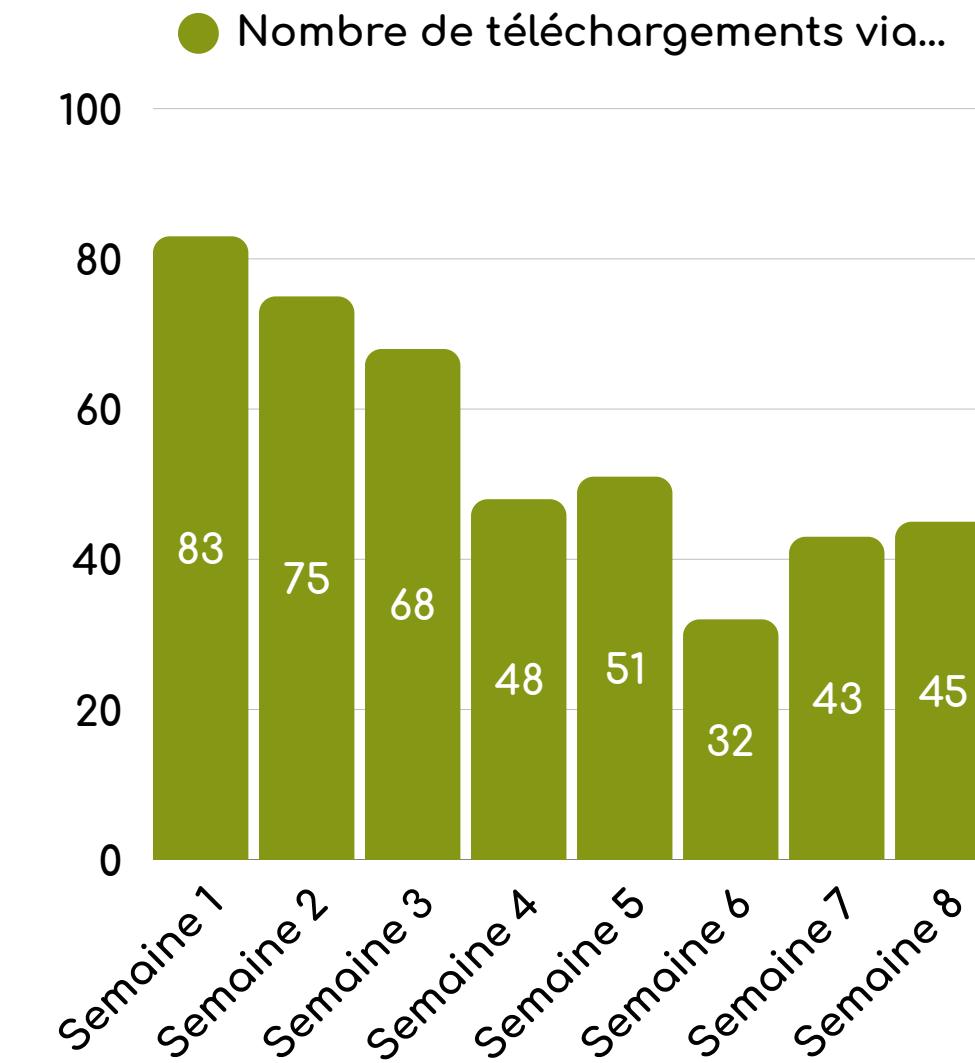
- Il y a six mois, nous avons lancé notre stratégie digitale pour accompagner le développement de Kung Food.
- Notre application est désormais disponible et nos actions de communication ont permis d'attirer une première audience.
- Ce bilan nous aidera à mieux comprendre le comportement des utilisateurs et à identifier les leviers les plus performants pour ajuster nos actions et assurer la croissance continue de l'application.

Chiffres clés

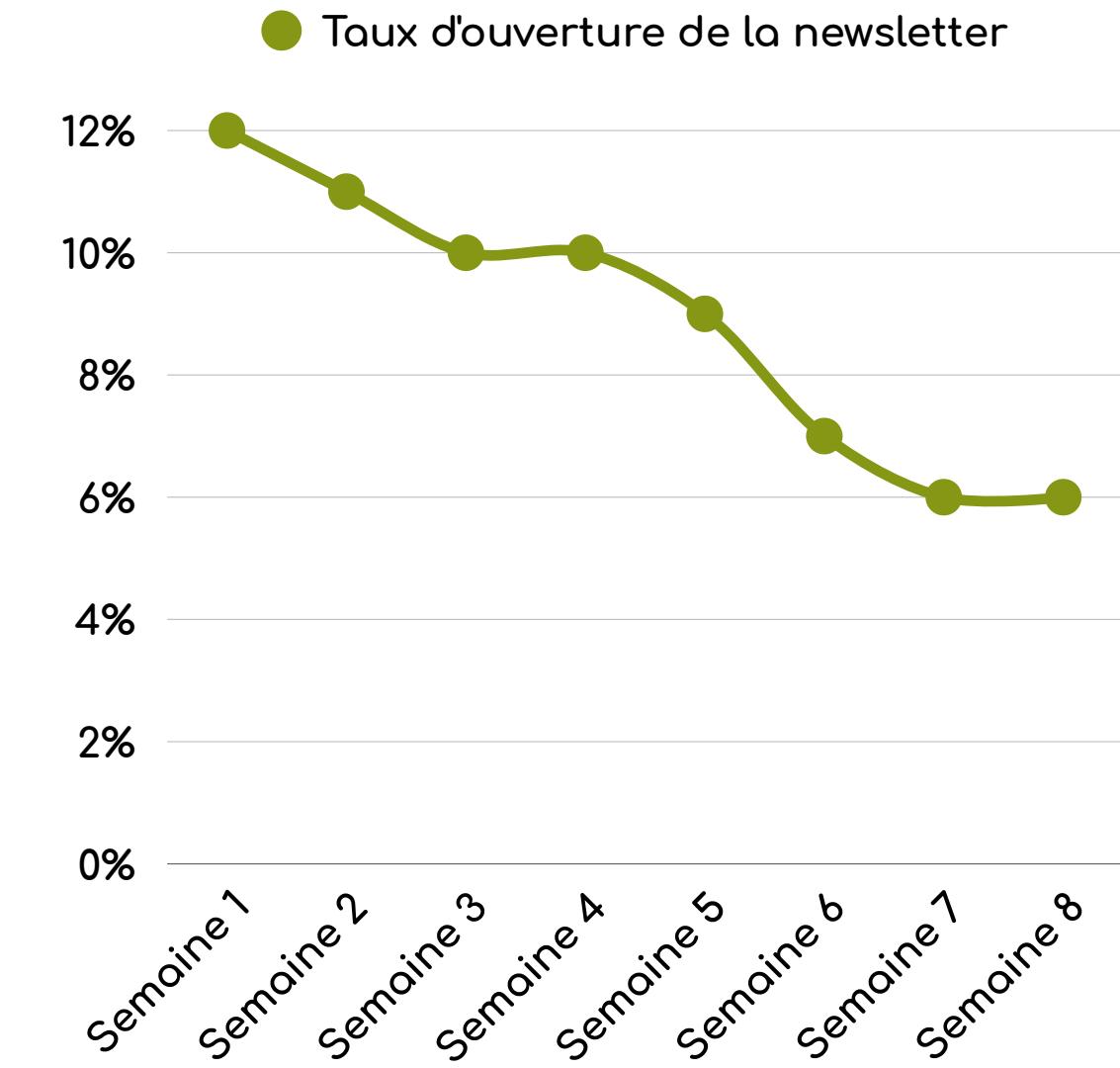
● 3 tendances marquantes des 2 derniers mois



Hausse du taux de rebond
sur le site web (de 48% à 62%)



Baisse des téléchargements via
le site (de 83 à 45)



Chute du taux d'ouverture de la
newsletter (de 12% à 6%)

Faits marquants

● Ce que révèlent les données

Site Web

- Augmentation du taux de rebond (+14 points en 2 mois)
- Réduction du temps moyen passé sur le site (de 2 min à 1 min 35)
- Temps de chargement de la page d'accueil long (jusqu'à 7s en S6)

Newsletter

- Baisse du taux d'ouverture et de clics
- Hausse des désabonnements en S7 (x6 par rapport à S6)

Téléchargements de l'application

- Site Web : 445 téléchargements mais baisse progressive (de 83 à 45)
- Newsletter : 16 téléchargements
- Réseaux sociaux : données manquantes à analyser et stocker dans un tableau de bord

Le site web reste le canal principal de conversion mais son efficacité diminue. Il est urgent d'optimiser l'expérience utilisateur et d'améliorer la navigation pour maximiser les conversions.

Recommandations correctives

● **Newsletter :**

Améliorer le taux d'ouverture et de clics avec des objets plus engageants, un meilleur ciblage des abonnés et des call-to-action plus incitatifs.

● **Site Web :**

Optimiser la vitesse, améliorer l'UX pour réduire le taux de rebond et renforcer les incitations au téléchargement.

● **Téléchargements :**

Accroître la visibilité avec des campagnes renforcées, des témoignages clients, un programme de parrainage et un profil optimisé sur les stores.

● **Réseaux sociaux :**

Augmenter la fréquence et la diversité des contenus, encourager l'interaction et intégrer un suivi des performances via un tableau de bord.

Création tableau de bord de suivi des performances des réseaux sociaux

Tableau de bord de suivi des performances



Prochaines étapes



● Synthèse des actions prioritaires

- Optimisation du site web : Réduire le taux de rebond et améliorer l'expérience utilisateur
- Amélioration de la newsletter : Tester de nouveaux formats et optimiser le taux d'ouverture
- Renforcement de la stratégie réseaux sociaux : Suivi des performances et expérimentation de nouveaux formats

● Alignement avec nos objectifs initiaux

- Maximiser les téléchargements de l'application
- Optimiser l'engagement et la conversion sur nos canaux digitaux
- Améliorer l'efficacité de nos supports de communication