



Soutenance Hackathon Challenge 3

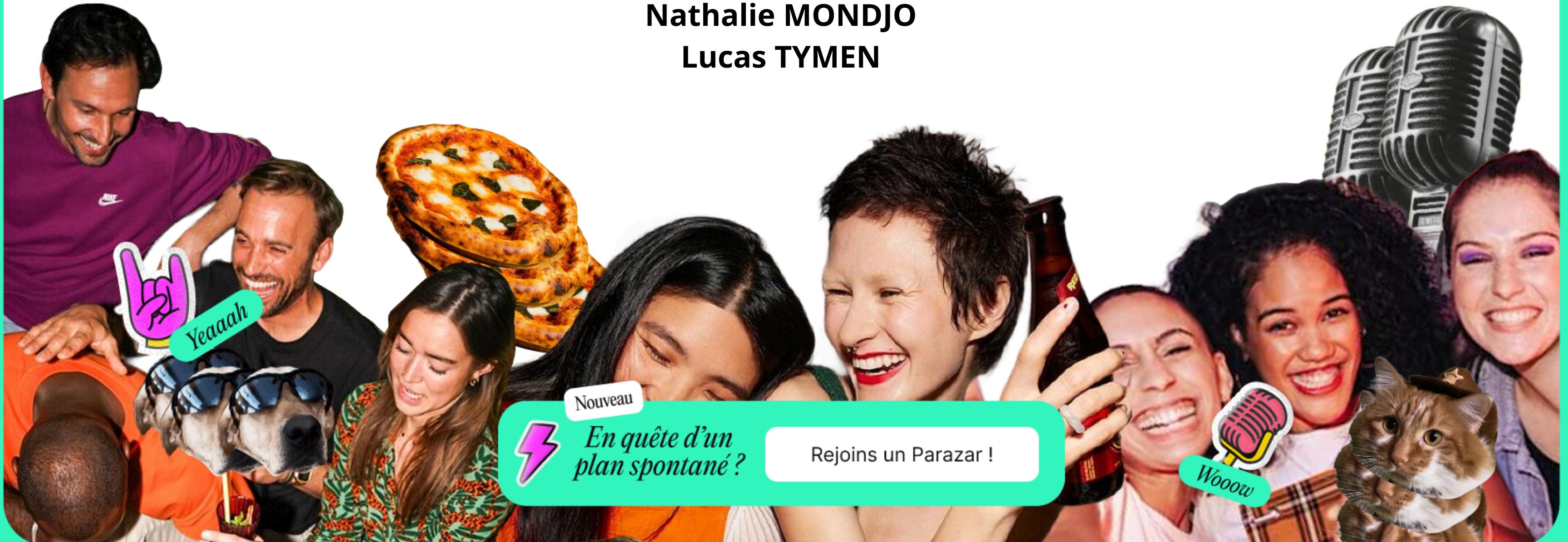
Lilian BARTY-CHRISTOPHE

Adam BAYAR

Yannis BENMESSAOUD

Nathalie MONDJO

Lucas TYMEN



Parazar, site de rencontre qui veut révolutionner la rencontre spontanée !

Parazar est un site de matching amical dont le concept est d'organiser des rencontres réelles, en petits groupes, sans attentes particulières



Cibles : 18-35 ans



Canaux d'acquisition existants : site Web, email, Tiktok, Instagram (Meta Ads)



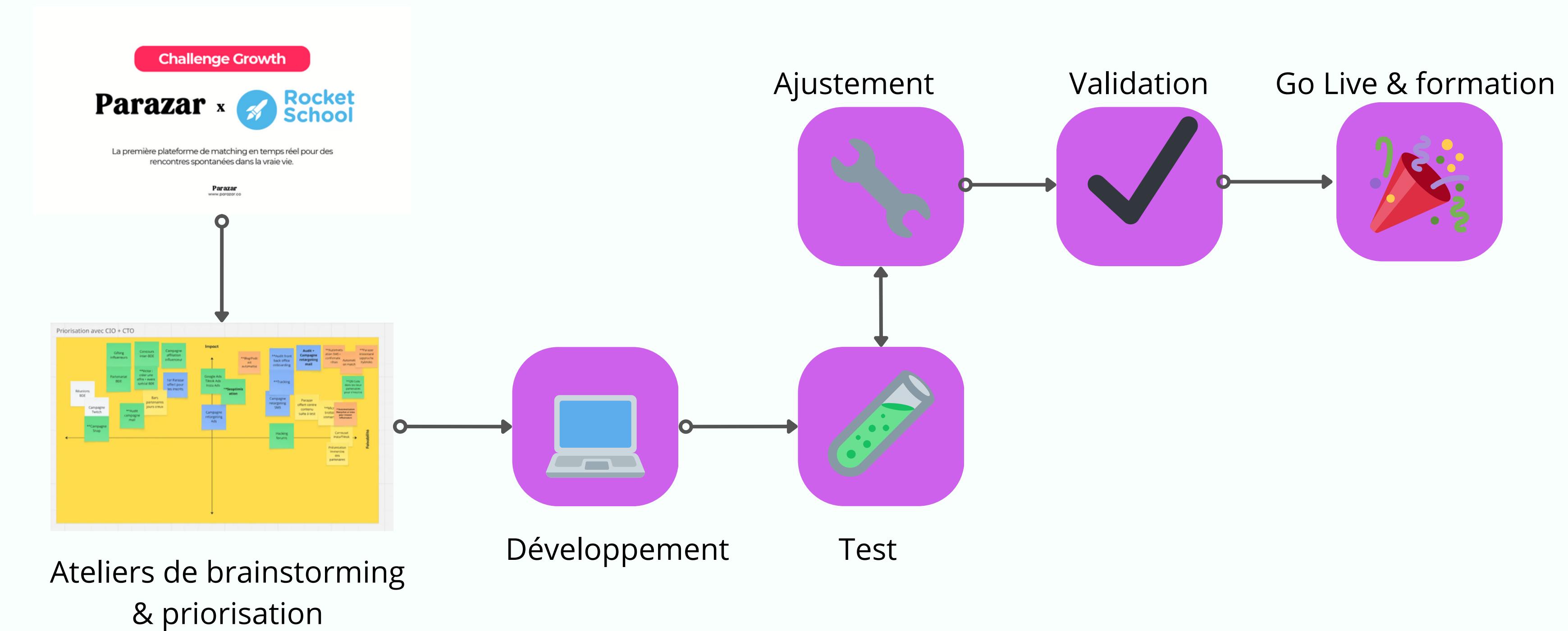
Objectifs à venir : passer la barre des 100K inscrits, sortir une application courant 2025



Contrainte : budget limité, délai de 3 semaines, compétences Growth de l'équipe limitées

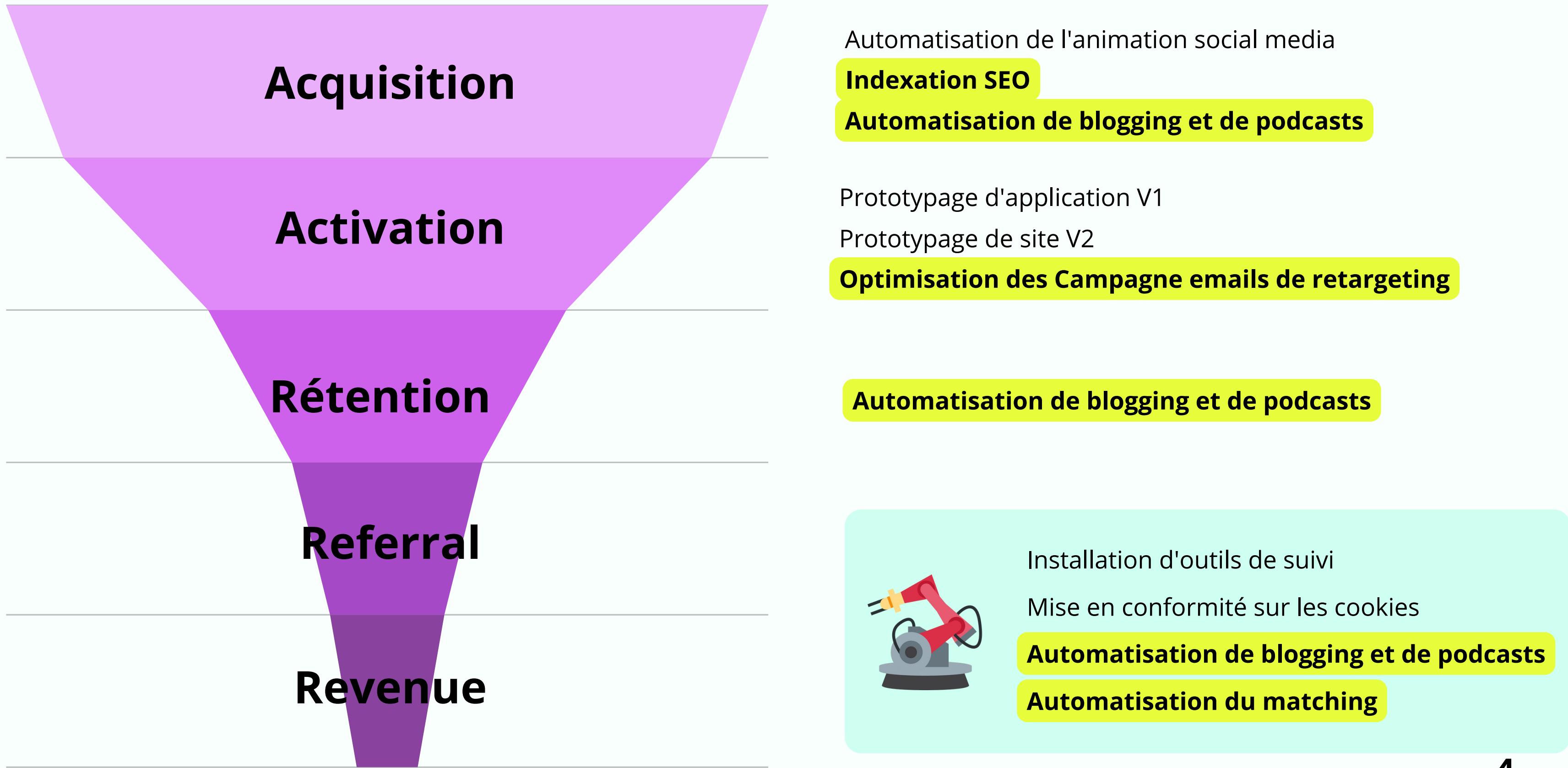
Brainstormer, prioriser puis s'aligner

Onboarding & audit client



Des chantiers axés autour du TOFU et du MOFU

Funnel AARRR



Reprendre les bases du SEO pour le site Parazar

SEOptimisation du site Web

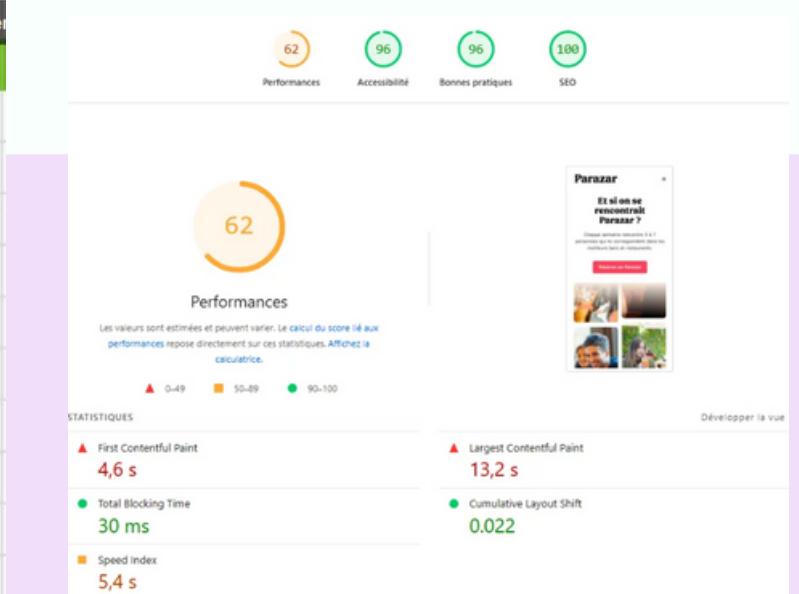
Contexte

Un site Web non-optimisé SEO.

Actions

- SEO Technique
- SEO Sémantique
- Sensibiliser les équipes sur l'importance de l'optimisation SEO

| Nom du problème | Type de problème | Priorité du problème |
|--|------------------|----------------------|
| Versions canoniques: Canonisé | ⚠ Avertissement | ● Élevée |
| Versions canoniques: Version canonique non indexable | ❗ Problème | ● Élevée |
| Codes de réponse: Internes, erreur du client (4xx) | ❗ Problème | ● Élevée |
| Liens: Pages sans liens sortants internes | ⚠ Avertissement | ● Élevée |
| Versions canoniques: Plusieurs valeurs en conflit | ❗ Problème | ● Élevée |
| Images: Environ 100 Ko | ℹ Opportunité | ○ Moyenne |
| Title des pages: Moins de 30 caractères | ℹ Opportunité | ○ Moyenne |
| H1: Manquant | ❗ Problème | ○ Moyenne |
| H1: Multiple | ⚠ Avertissement | ○ Moyenne |
| Title des pages: Moins de 200 pixels | ℹ Opportunité | ○ Moyenne |
| Contenu: Pages à faible contenu | ℹ Opportunité | ○ Moyenne |



Résultats

→ Slide suivante !

Reprendre les bases du SEO pour le site Parazar

SEOptimisation du site Web : focus

Vue d'ensemble **Problèmes** Structure du site Segments Temps de réponse API Orthographe et grammaire

Exporter

Problèmes : 0 Avertissements

| Nom du problème | Type de problème | Priorité du problème |
|---|------------------|----------------------|
| Directives: Noindex | Avertissement | Élevée |
| Directives: Nofollow | Avertissement | Élevée |
| Codes de réponse: Internes, bloquées par Robots.txt | Avertissement | Élevée |
| Images: Environ 100 Ko | Opportunité | Moyenne |
| Title des pages: Moins de 30 caractères | Opportunité | Moyenne |
| Title des pages: Moins de 200 pixels | Opportunité | Moyenne |
| Contenu: Pages à faible contenu | Opportunité | Moyenne |
| Images: Attributs de taille manquants | Opportunité | Faible |
| Images: Texte Alt de plus de 100 caractères | Opportunité | Faible |
| Sécurité: En-tête X-Content-Type-Options manquant | Avertissement | Faible |
| Sécurité: En-tête Secure Referrer-Policy manquant | Avertissement | Faible |

Copier

79 96 96 100

Performance Accessibility Best Practices SEO

79

Performance

Values are estimated and may vary. The performance score is calculated directly from these metrics. [See calculator.](#)

▲ 0-49 ■ 50-89 ● 90-100

METRICS

https://www.parazar.co/ Run new test

Detected 0 ERRORS 0 WARNING

WebSite 0 ERRORS 0 WARNING

Service 0 ERRORS 0 WARNING

```

1 <!DOCTYPE html><!-- Last Published: Thu Jun 19 2025 09:03:40 GMT+0000 (Coordinated Universal Time) -->
2 <script data-memberstack-app="app_clzmo32e7008r0rsb271j21rx" src="https://static.memberstack.com/scr
3 <!-- TikTok Pixel Code Start -->
4 <script>
5 !function (w, d, t) {
6   w.TiktokAnalyticsObject=t;var ttq=w[t]=w[t]||[];ttq.methods=["page","track","identify","instances"
7 var e=ttq._i[t]||[],n=0;n<ttq.methods.length;n++)ttq.setAndDefer(e,ttq.methods[n]);return e,ttq.lo
8 ;n.type="text/javascript",n.async=!0,n.src=r+"?sdkid="+e+"&lib="+t;e=document.getElementsByTagName(
9 ttq.load('007KOKBC77U7VN69UK6G');
10 ttq.page();
11 }(window, document, 'ttq');
12 </script>
13 <!-- TikTok Pixel Code End --><script type="application/ld+json">
14 {
15   "@context": "https://schema.org",
16   "@graph": [
17     {
18       "@type": "Organization",
19       "@id": "https://www.parazar.co/#orga",
20       "name": "Parazar",
21       "url": "https://www.parazar.co/",
22       "logo": {
23         "@type": "ImageObject",
24         "url": "https://cdn.prod.website-files.com/6665627cae20cb25d5ffa6af/67502f1f4eca2862a06778d
25         "width": 256,
26         "height": 256
27       },
28       "slogan": "Les meilleures histoires commencent dans la vraie vie".

```

Résultats

100% des problèmes
Screaming Frog
traités

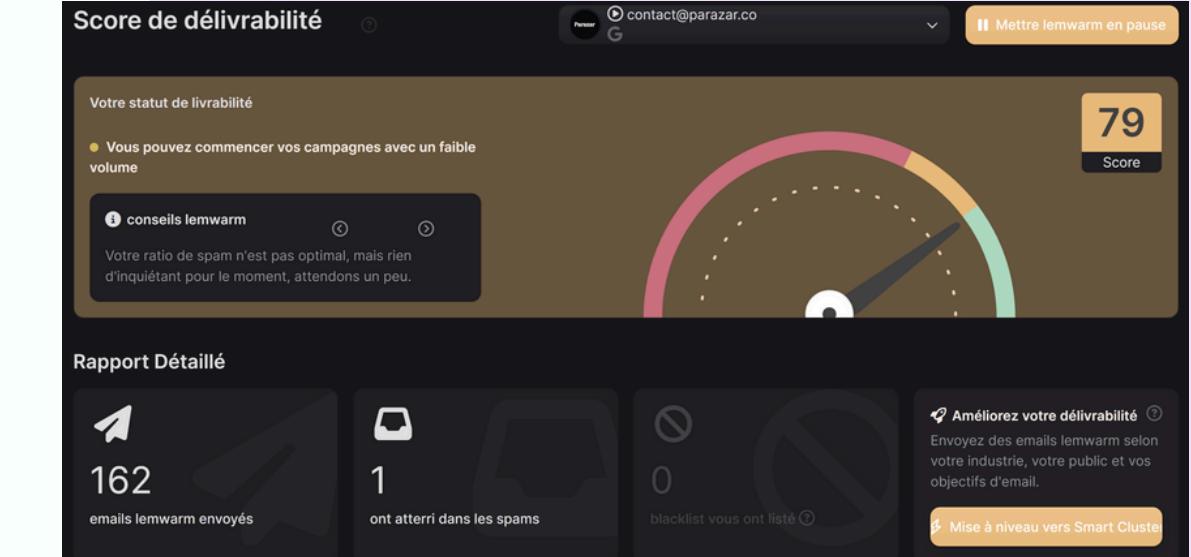
-0,9s vitesse de
chargement mobile

Des campagnes emailings assainies

Optimisation des campagnes email de retargeting

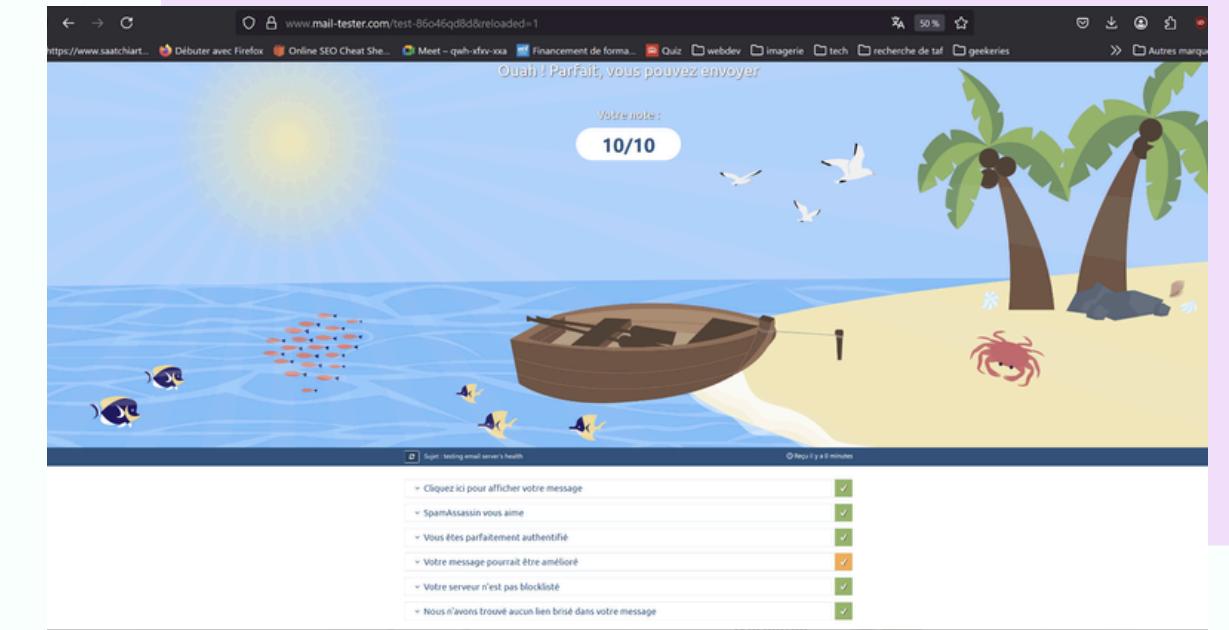
Contexte

Beaucoup d'emails finissaient en Spam
Note de délivrabilité à **4,6/10**



Actions

- Audit technique complet des campagnes emails
- Reconfiguration du domaine
- Mise en place d'un plan de chauffe du domaine



Résultats

10/10 note de délivrabilité

3 jours pour passer à "Livraison parfaite" **0** Blacklists vs 4 avant **7**

Un prototype d'application et de site V2 entre IA et human touch

Site 2 et app V1

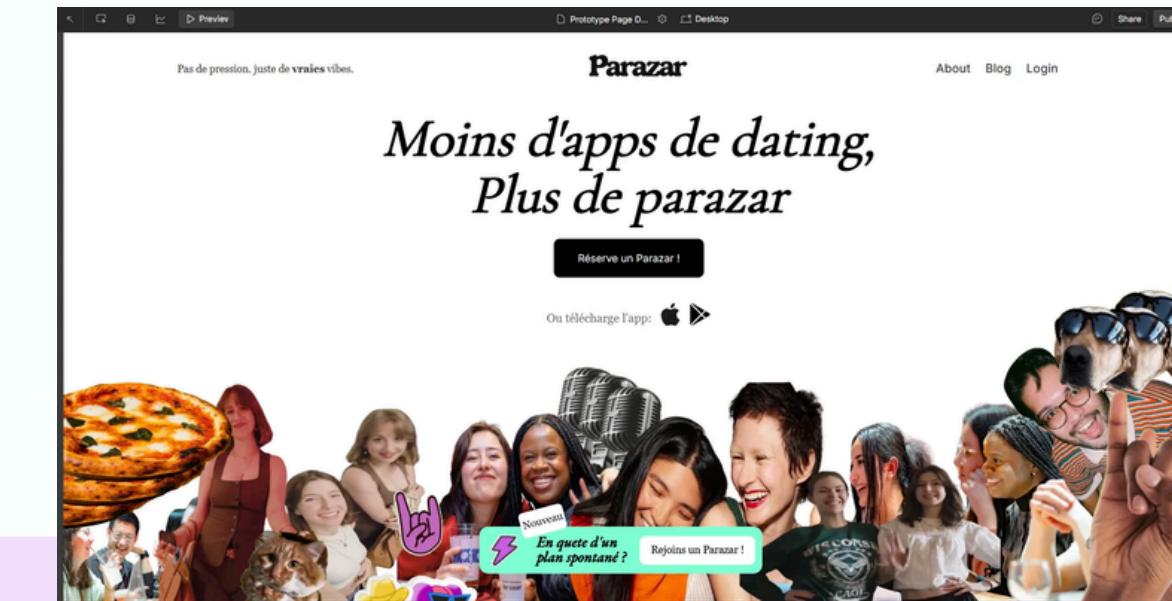
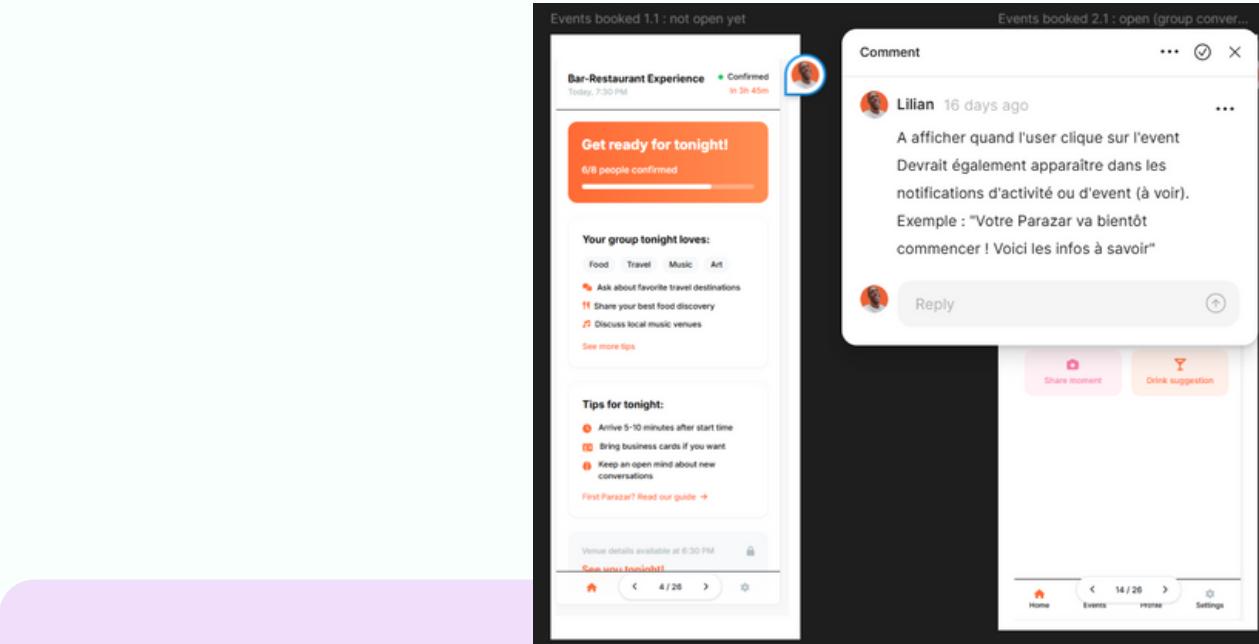
Activation

Contexte

Challenger des screens d'application réalisés par outil IA et le rebranding à venir

Actions

- Organiser le parcours client
- Créer un prototype interactif
- Auditer l'UX/UI et proposer des recommandations
- Adapter le rebranding au site responsive



Résultats

20 recommandations UX

3 jours / homme

Et si par hasard vous scanniez le QR Code ?

Blog & Podcast automatisé (1/2)

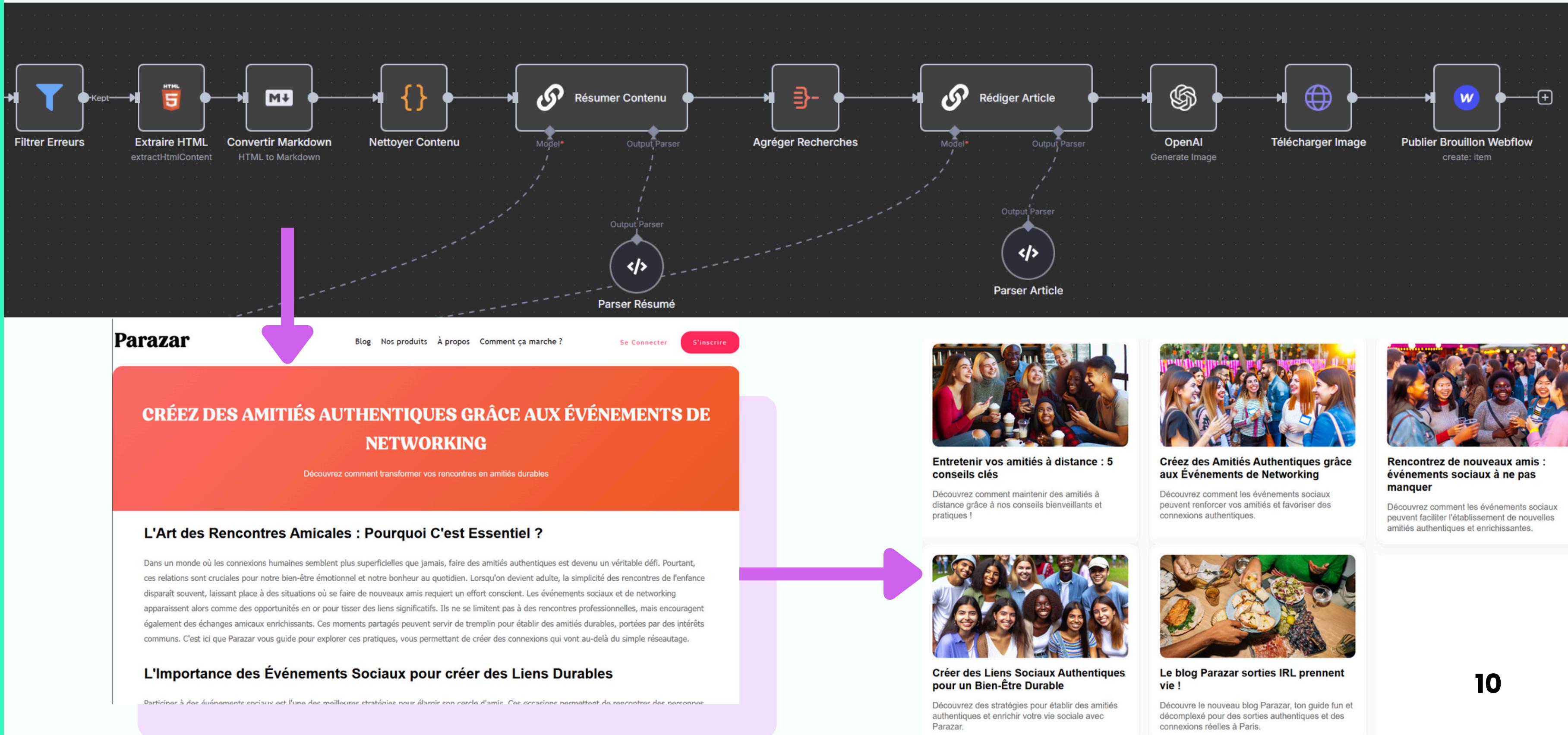
ET SI PAR HASARD
VOUS SCANNIEZ
CE QR CODE?



Blog & Podcast automatisé

Workflow de création de contenu

Rétention



DU CONTENU ENRICHIS POUR + DE VISIBILITÉ ET DE PRÉFÉRENCE DE MARQUE

Blog & Podcast automatisé (2/2)

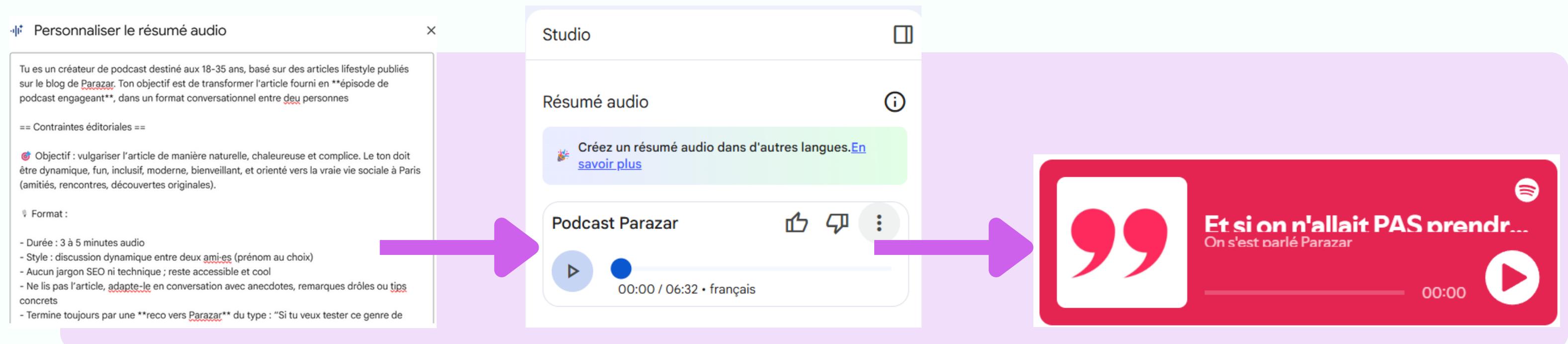
Rétention

Contexte

Aucun contenu publié hors Social Media

Actions

- Développer l'autorité du site Web
- Sensibiliser les équipes sur l'importance de l'optimisation SEO



Résultats

60s pour publier un article

2min pour créer et publier un podcast de 5 min

Prototype de matching de groupes automatisé

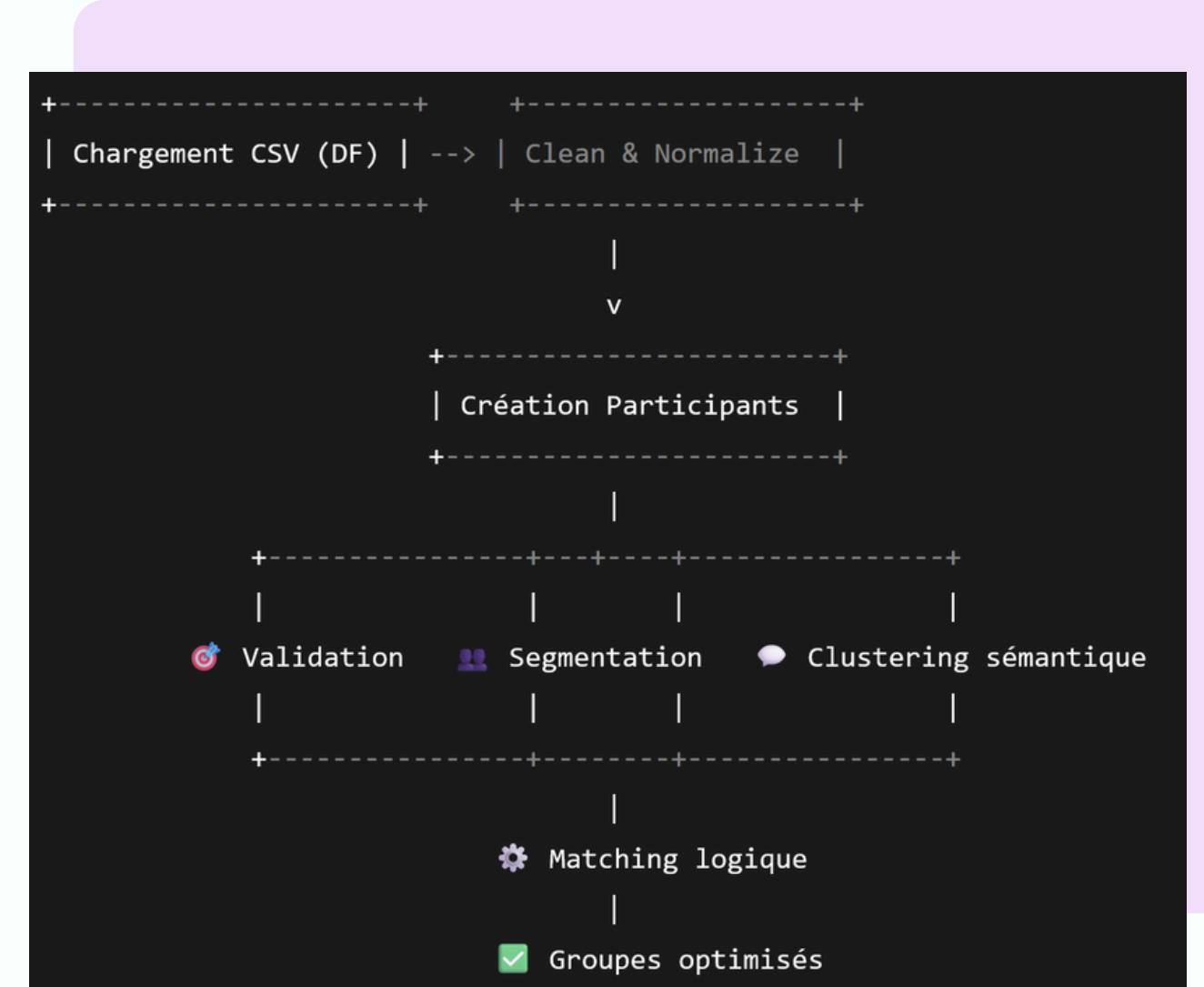
Algorithme : Le scaling à portée de Parazar

Contexte

Le matching des participants est actuellement fait manuellement.

Actions

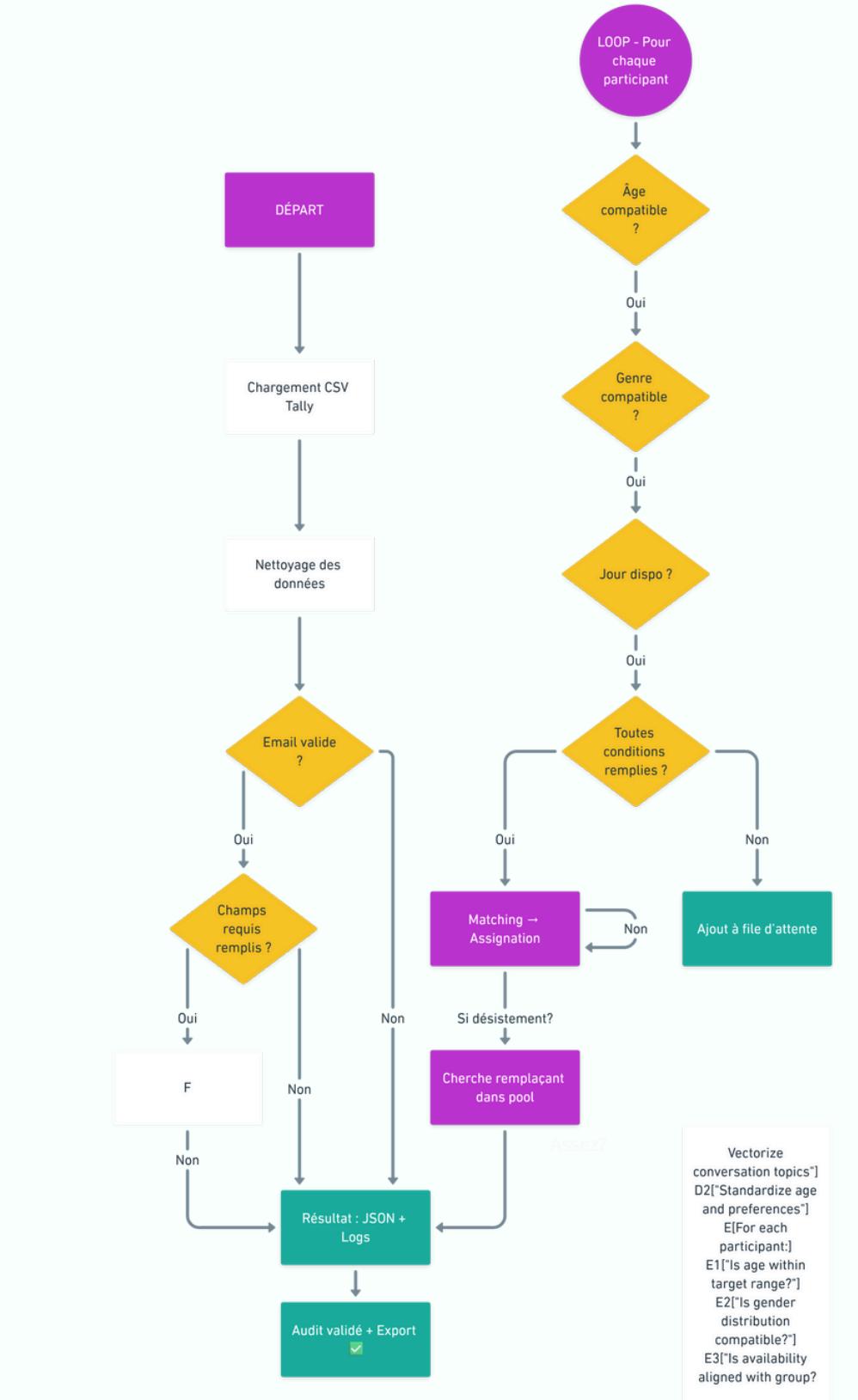
Création d'un algorithme



Résultats

2h d'économies réalisées/session (estimation)

62,5 à 87,5€



Made with Whimsical

Prévisions financières : des économies à réinvestir !

Sans automatisation

| Tâche | Temps pris manuellement | Fréquence | Hypothèse de TJM : 480€ |
|--------------------------------|-------------------------|----------------|-------------------------|
| Création d'un article de blog | 3h | 2 fois/semaine | 60 €/h |
| Constitution des groupes | 2h | 2 fois/semaine | 60 €/h |
| Production d'un podcast simple | 2h30 | 1 fois/semaine | 60 €/h |

Avec automatisation

| Tâche | Temps gagné/ mois | Economie/mois | Détail |
|---------------------|-------------------|---------------|--------------------------------------|
| Blog automatisé | 24 h | 1440€ | Rédaction + publication automatisée |
| Groupes automatisés | 16 h | 960€ | Matching automatisé + distribution |
| Podcast automatisé | 10 h | 600€ | Génération via IA voix, contenu auto |

Résultats

50h

gagnées / mois

3000€

économisés / mois

Recommandations (1/3)

Campagne emailing

- Créer un (ou plusieurs) domaine hors de parazar.co pour les campagnes d'emailings
- Systématiser les Tests anti-spam
- Toujours préchauffer les emails à l'aide d'outils spécifiques dont Lemwarm et Warmbox
- Nettoyer la Base de Données client. Outils : Nerverbounce, Emailable

Social media

- Inciter à la création de contenu organique
- Automatiser la gestion des comptes social media. Outil : Manychat
- Plus de contenu sur Tiktok



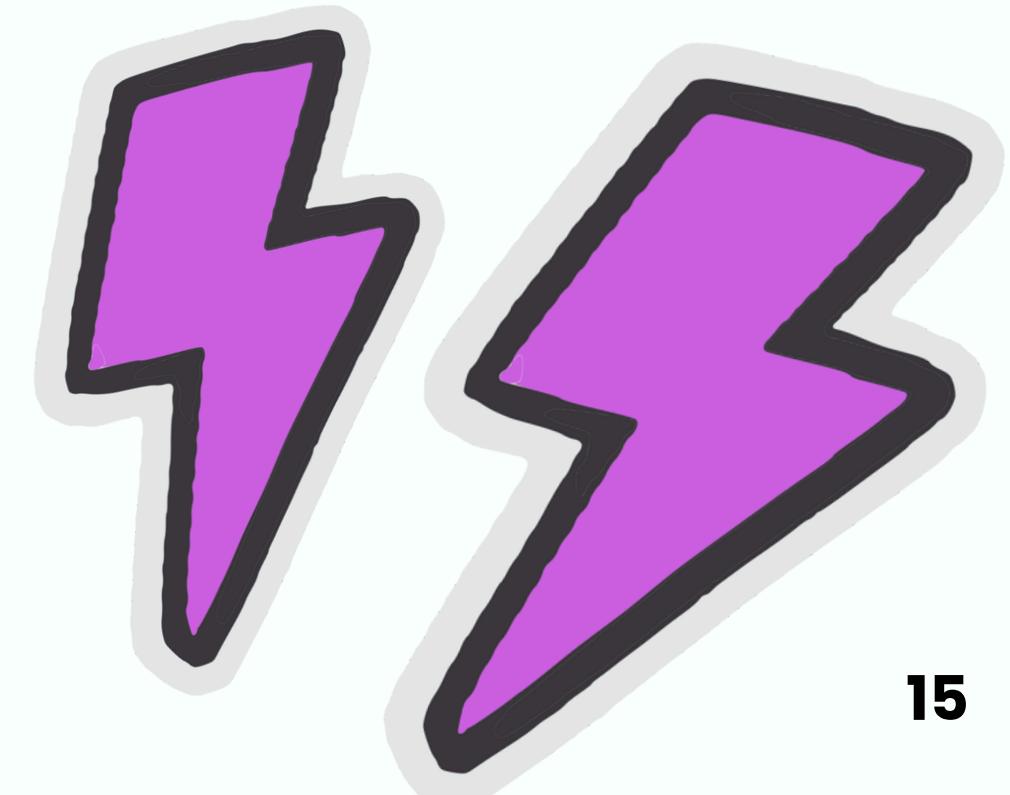
Recommandations (2/3)

SEO

- Systématiser l'optimisation de contenu sur le site Web pour entretenir les performances
- Développer le netlinking, le backlinking et l'affiliation
- Sans contenu de blog ou landing SEO optimisée, le site plafonnera probablement à <10k impressions mensuelles.

TOFU/MOFU

- Produire du rich content : photos, vidéos, podcasts
- Etablir un calendrier de publications



Recommandations (3/3)

Parcours client

- Clarifier l'onboarding (questionnaire plus intégré au parcours)
- Mise en place d'un Chatbot client
- Analyser avec Clarity les comportements des utilisateurs + Taguer finement les évènements avec GTM

Parazar





**Merci pour votre confiance !
Nous croyons en votre projet.**

Parazar x  **Rocket School**

Annexes



Nouveau
*En quête d'un
plan spontané ?*

Rejoins un Parazar !

Wooow

Présentation des personae

La cible de Parazar est complètement btoc pour l'instant car l'objectif de l'entreprise est de maximiser son taux de participation et de consolider l'intégration de sa plateforme dans le paysage populaire en vue d'une levée de fonds imminente. À ce titre il ne s'agit pas ici de ICP mais de personas :

a. Définition des personas

| Axe | Description | Preuve & insight |
|-----------------------|--|--|
| Démographie cœur | 22-30 ans, femmes & hommes quasi à parité ($\approx 54\% F / 45\% H, 1\% NB$) ; vivent dans les grandes métropoles (Paris, Lyon, Lille, Bordeaux, Toulouse...) | NPS & répartition par genre du pré-lancement : 54 % F / 45 % H, NPS 8,08 |
| statut & style de vie | Étudiant·e ou jeune actif·ve, souvent en télé-études/travail hybride ; cercle social fragilisé post-Covid, mobilité géographique élevée | "Fragilisation de leurs cercles sociaux... ; Fatigue des apps de rencontre" |
| Pain points | Isolation urbain, lassitude des swipes, manque d'occasions sûres & fun hors ligne, envie d'élargir le réseau amical/romantique sans pression | Marché "Gen Z retourne au réel" & perte d'intérêt pour apps traditionnelles |
| Motivations clés | Créer des liens authentiques, vivre des expériences sociales variées chaque semaine, se sentir en sécurité (petits groupes 6-8 pers.) | Proposition Parazar "rencontres réelles, 6 à 8 personnes, sans pression" |
| Comportement digital | Fort usage Instagram/TikTok, découvre Parazar via Reels, influenceurs "mental-health" ou ads ciblées soirée/week-end ; réservation mobile first | Stratégie Acquisition : Ads + Influence + Médias, déclenchées pendant le scroll "solitude" |
| Valeur pour Parazar | Paye 8,99 € par expérience, CAC moyen 24 €, récurrence ≈ 2 events/utilisateur en 5 mois (top users 20+) | Prix & metrics pré-lancement |

Emma - 22 ans, "L'Étudiante exploratrice"



| | Point | Détail |
|--|---|--------|
| statut relationnel | Célibataire, fraîchement arrivée à Paris, cherche d'abord à élargir son cercle d'amis (et reste ouverte à un « soft-dating » si affinités). | |
| Maturité digitale | Early-adopter : >15 activités numériques par jour, reflet d'une Gen Z considérée comme la plus active au monde (≈ 15.5 activités/jour). | |
| Ecrans utilisés | Smartphone (iPhone), laptop léger (MacBook Air) pour les cours, iPad pour Netflix / TikTok. | |
| Loisirs | Fripéries & "vide-dressings", concerts indie, brunchs, mini-voyages Ouigo, karaokés. | |
| Transports | Métro/RER + trottinettes partagées (Tier/Lime) ; TGV low-cost pour les week-ends. Les 18-24 ans privilégient de plus en plus la marche, les TC et la trottinette. | |
| Valeurs | Authenticité, inclusion, climat-friendly. 78 % des Gen Z françaises font confiance aux marques jugées "authentiques". | |
| Personnalités qui l'influencent | Léna Situations, Léa Elui (TikTok mode), HugoDécrypte pour l'info, Greta Thunberg (climat). | |

Brice - 28 ans, "Le Nomade hybride"



| Point | Détail |
|---------------------------------|---|
| statut relationnel | Célibataire "cool" : veut surtout se créer un réseau social dans sa nouvelle ville (Lyon). |
| Maturité digitale | Power-user : travail 100 % remote, multi-écrans, automation Slack-Notion ; social media principalement Discord/Reddit. 79 % des 25-34 ans français sont actifs sur les réseaux. |
| Écrans utilisés | MacBook Pro + écran 34", iPhone, Apple Watch (tracking sport). |
| Loisirs | Escalade indoor, meet-ups Dev & IA, jeux de société, footing au parc. |
| Transports | Vélo à assistance + métro/tram ; TER week-end ; autopartage (Citiz) ponctuel. Les jeunes urbains déclarent de plus en plus le vélo comme mode "principal" (+3,6 pts 2021-23). |
| Valeurs | Flexibilité, efficacité, tech-for-good, écologie pratique. 60 % des millennials & Gen Z placent le climat dans leurs top-priorités |
| Personnalités qui l'influencent | Hugo Décrypte (actualité), Tibo InShape (fitness), Tim Ferriss & Elon Musk (productivité), Squeezie pour le fun. |

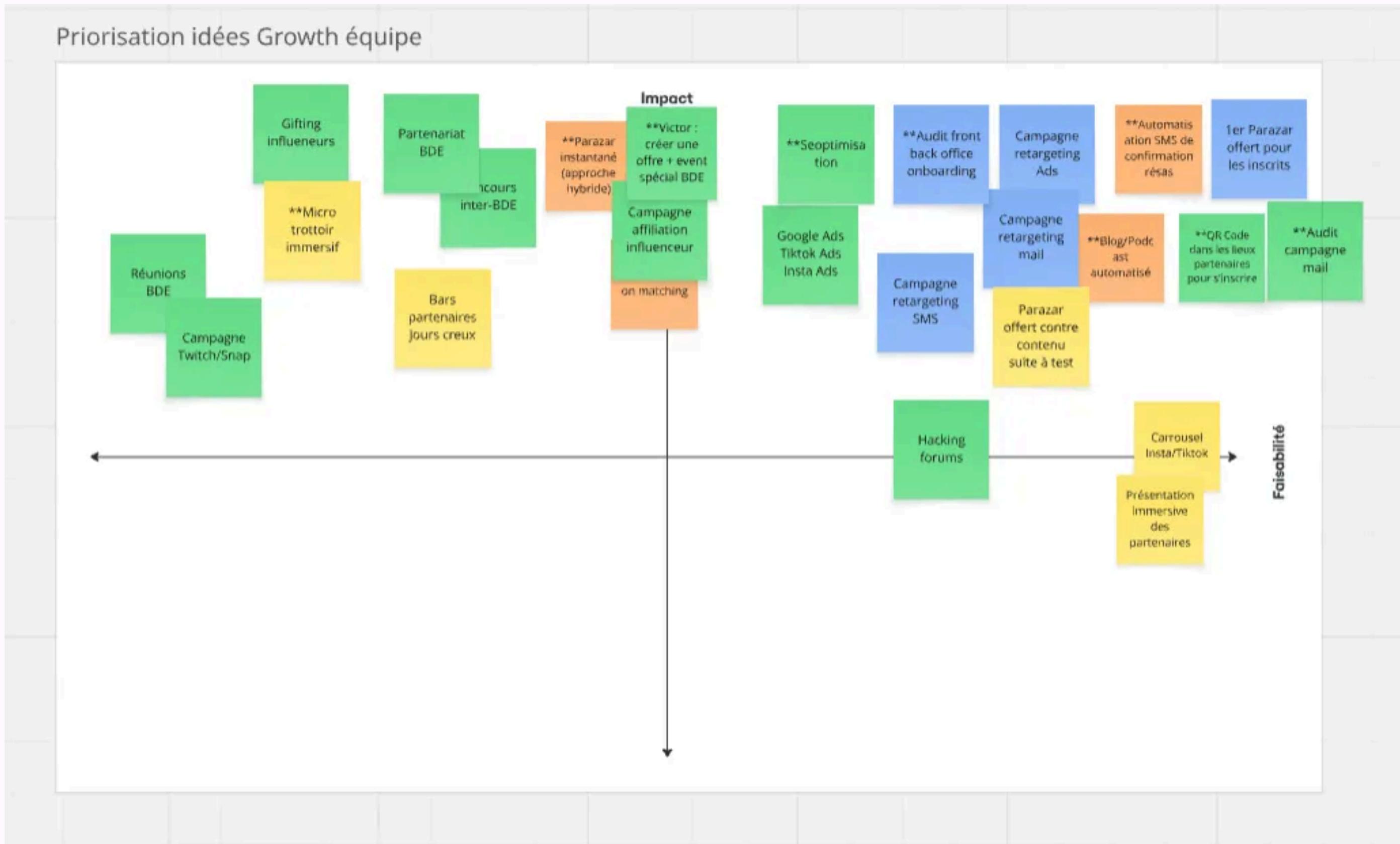
Laure - 32 ans, "La Pro' fraîchement célib"



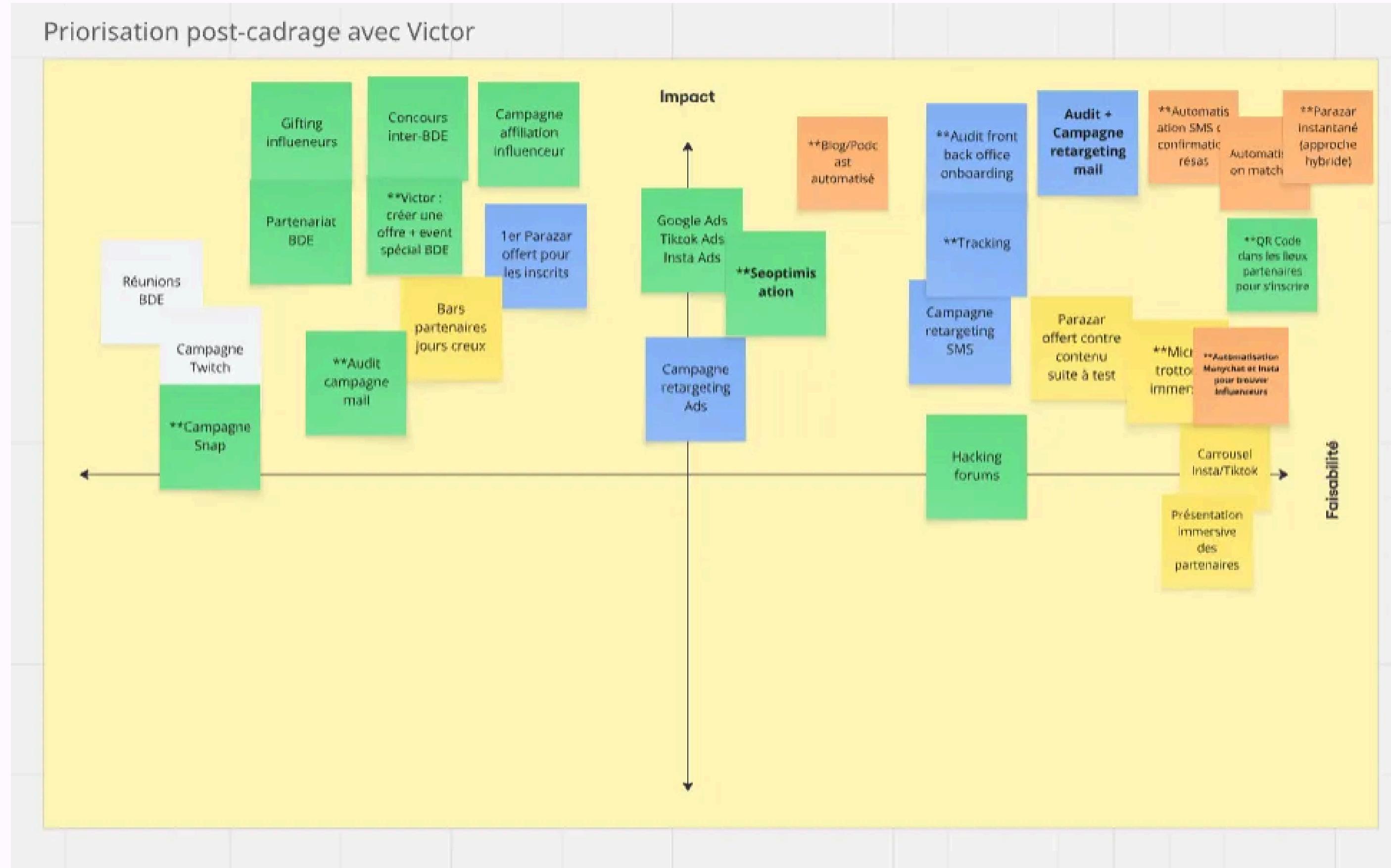
| Point | Détail |
|---------------------------------|---|
| statut relationnel | Vient de rompre après 6 ans ; veut d'abord "sortir, rigoler, sans dating-pressure". |
| Maturité digitale | Consommatrice avertie : tous réseaux mais usage "mindful" (<10 activités/jour). |
| Ecrans utilisés | Smartphone Android haut de gamme, PC pro 15", Kindle, Smart TV. |
| Loisirs | Yoga & Pilates, expos d'art contemporain, dégustations vins/fromages, running, podcasts développement perso. |
| Transports | Métro/RATP ou TCL, trottinette épisodique, covoiturage/Uber la nuit. Part des trajets multimodaux en hausse chez les 30-39 ans urbains. |
| valeurs | Équilibre vie pro/perso, empowerment féminin, sécurité urbaine, responsabilité environnementale. 58 % des 18-30 ans se disent anxieux face au climat et recherchent des marques alignées. |
| Personnalités qui l'influencent | EnjoyPhoenix & Caroline Receveur (lifestyle), Léna Mahfouf, Esther Perel (relations), podcasts "La Poudre", "Bliss Stories". |

Brainstorming de l'équipe Growth Marketing

Annexe : ateliers (1/3)

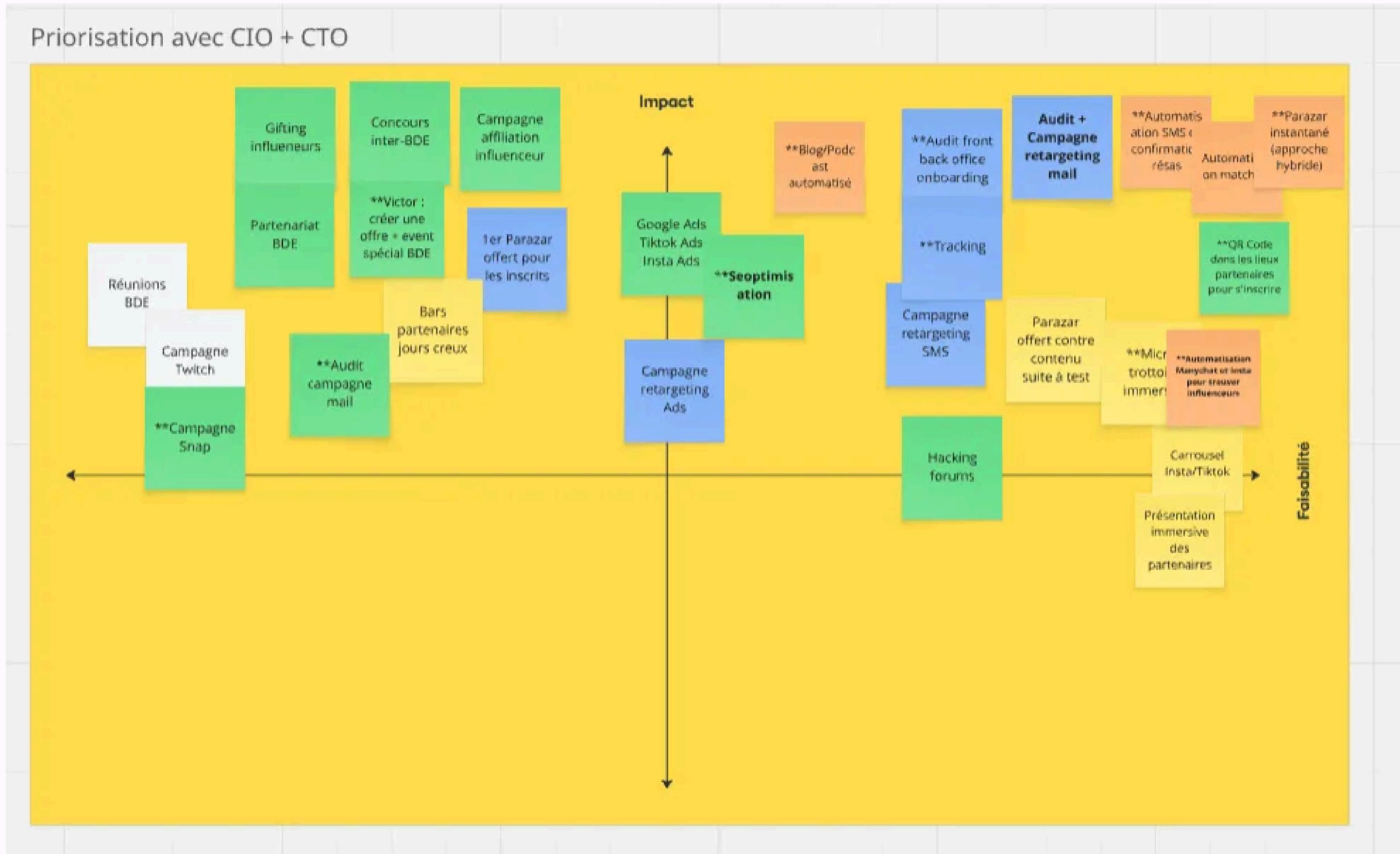


Brainstorming avec fondateur



Priorisation des sujets par le fondateur et le CTO

Annexe : ateliers (3/3)



Pourquoi le SEO, et d'où on partait

Le SEO, c'est l'art d'être trouvé gratuitement par les bonnes personnes.

Contexte

- Le site Parazar.co était quasiment invisible sur Google
- Aucun positionnement sur les mots-clés liés aux rencontres sociales, expériences en ville, etc.
- Pas de trafic organique significatif (<10 visiteurs/jour)

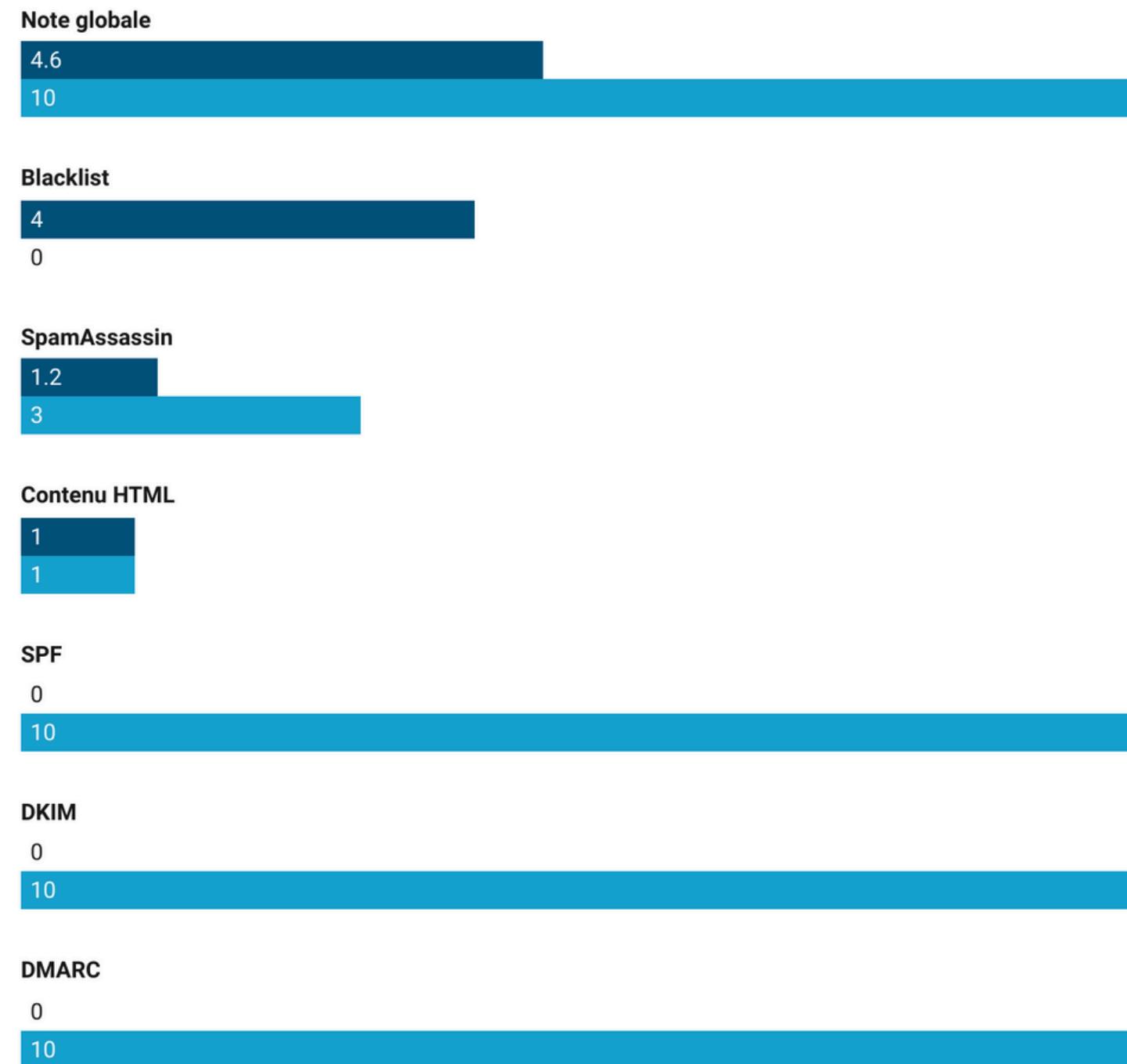
Objectifs

- Remonter en 1re page sur les requêtes stratégiques
- Préparer un socle SEO solide avant les campagnes d'acquisition
- Optimiser la structure, vitesse et contenu pour favoriser l'indexation

SEO : Ce qu'on a mis en place

comparatif du SEO avant/après

Points d'améliorations quantifiables des correction et actions mises en places.



Source: Statista (Apple, Alphabet, Meta, Microsoft, Amazon); Alphabet investor relations (Q4 2024) • Created with Datawrapper

Actions

- Audit technique complet (Google Search Console, Screaming Frog, GTmetrix)
- Optimisation de la vitesse (Lazy loading, cache, compression...)
- 🖌 SEO On-page : titres, balises, structure Hn, meta-descriptions
- Contenu ciblé : création ou enrichissement des pages avec mots-clés à potentiel

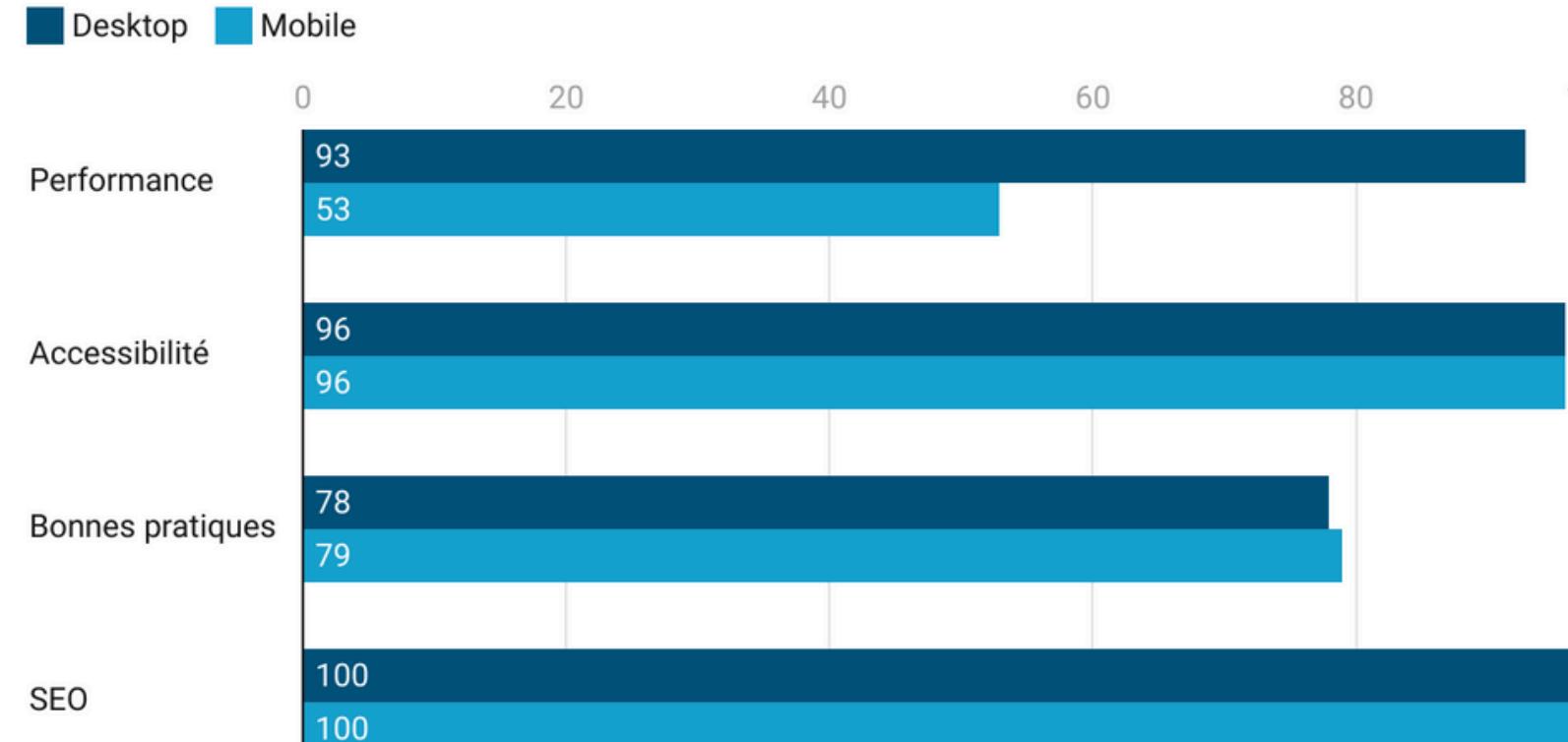
Outils

- Ahrefs (recherche de mots-clés et backlinks)
- PageSpeed Insights
- Yoast SEO (ou équivalent pour la partie CMS)
- Search Console + IndexNow

SEO : Résultats concrets et impact business

Performances du site

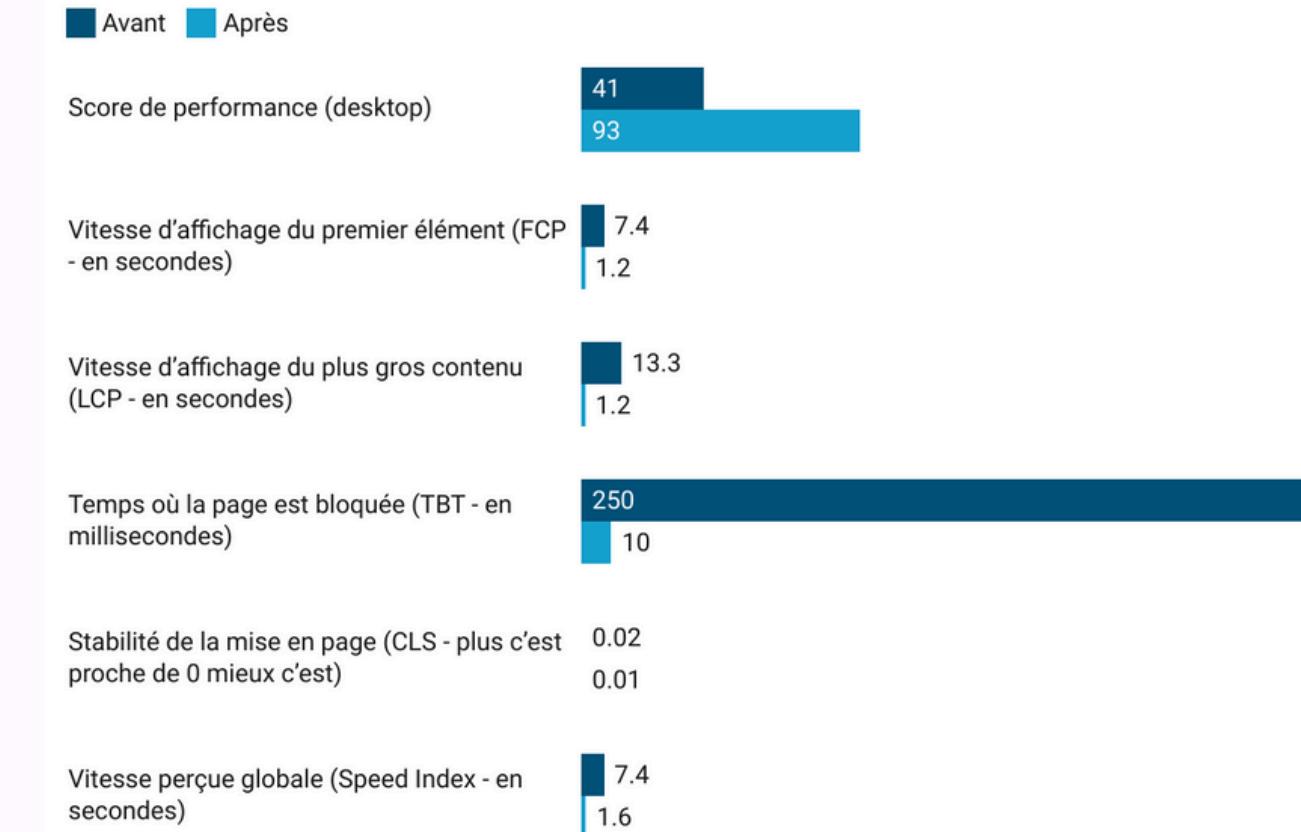
performances selon le support utilisé



Created with Datawrapper

Comparatif des performances.

analyse métrique des améliorations du SEO sur la vitesse de chargement du site



Created with Datawrapper

Résultats d'audit SpeedSight



Performances



Accessibilité



Bonnes pratiques



SEO

Projections SEO

 **Estimations SEO long terme (6 à 12 mois)**

| KPI SEO | Avant | 3 mois | 6 mois | 12 mois (si contenu) |
|--|------------------|--------------|-------------|------------------------------|
| Pages valides indexées (Google) | 8 à 12 | 20-30 | 40-50 | 80-150 |
| Nombre de requêtes positionnées | ~10 | 40-60 | 100+ | 200+ |
| Impressions mensuelles (SearchConsole) | 500-800 | 2k-3k | 5k+ | 10k-20k |
| Clics organiques | 50-100/mois | 300-500/mois | 800-1k/mois | 1.5k-3k/mois |
| Position moyenne | >35 (hors radar) | 20-25 | 15-18 | <10 (Top 1ère page) |
| Domain Authority (Moz) | ~2-5 | ~5-10 | ~10-15 | 15-25 (si netlinking ajouté) |

Hypothèse : site de type vitrine/landing / contenu thématique sans blog, et peu de backlinks à l'origine.

Hypothèse : les effort de SEO optimisé sont poursuivis dans les mois suivant le hackathon.

Campagne emailings : Hygiène & Délivrabilité

Contexte

Préparation au scaling des campagnes Parazar
Objectif : Zéro spam, zéro email foireux, 100% délivrabilité

Actions

-  Mails qui arrivent : anti-spam + audit SMTP
-  Données propres : filtrage des emails invalides (formulaire Tally)
-  Infrastructures prêtes : test MxToolbox + audit DNS

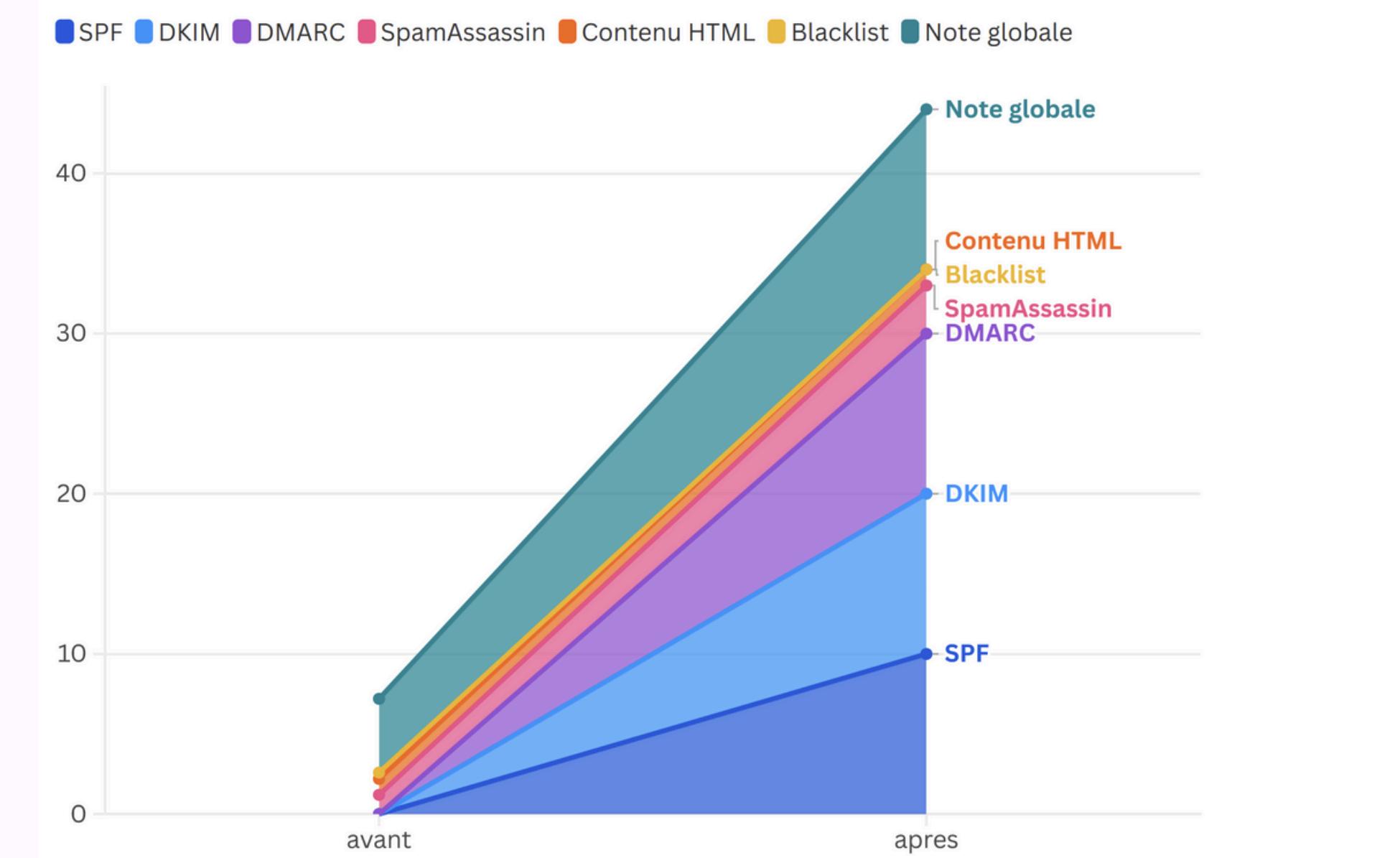
Résultats

-  Regex & typage des emails dans le code Python
-  MxToolbox : 0 erreur, 129 tests passés 
-  Warning détecté : Reverse DNS ≠ SMTP banner (non bloquant)
-  CSV nettoyé, NaN/None filtrés
-  Repos GitHub mis à jour + logs de validation

Campagne emailings : actions mises en place (2/2)

Résultats

- 📈 Note de délivrabilité passée de 4.6 à 10/10 : +117% de progression en 4 actions clés : "Gmail nous considère fiables"
- 🔒 "Infrastructure 100% clean"
- ⏳ Passage de 'spam probable' à 'livraison parfaite' en 3 jours chrono



Matching de groupes automatisé

Le scaling à portée de Parazar

Calcul de la valeur générée par poste (base 1 session)

1. Temps économisé par l'algo :

2 heures / session \times TJM horaire de Victor

- à 62,5 €/session (TJM 500 €/j)
- à 87,5 €/session (TJM 700 €/j)

2. Coût marginal de l'algo (\approx 0 €/session)

Donc valeur nette = 62,5 à 87,5 € économisés / session

Extrapolation selon volume d'activité

| Sessions / mois | Valeur économisée (basse) | Valeur économisée (haute) |
|-----------------|---------------------------|---------------------------|
| 4 sessions | 250 € / mois | 350 € / mois |
| 8 sessions | 500 € / mois | 700 € / mois |
| 12 sessions | 750 € / mois | 1 050 € / mois |
| 20 sessions | 1 250 € / mois | 1 750 € / mois |

Bonus : Productivité indirecte

-  Scalabilité instantanée : l'algo peut trier 100+ sessions sans effort humain supplémentaire.
-  Temps de Victor réalloué à la stratégie, levées, partenaires, etc.
-  Économie de recrutement d'un ou plusieurs Ops pour gérer la charge.

Automatisation des Reportings

Contexte

Actions

Résultats

🔧 Stack automatisée :

- n8n : orchestrateur de workflows
- Claude : résumé + catégorisation des insights
- MCP (Marketing Control Panel) : dashboard décisionnel centralisé
- GA4 API : extraction automatisée des rapports (engagement, trafic, sources, rebond...)
- ⚙ Workflow automatique (visuel simplifié) :
- 🔍 Déclencheur automatique
- → ⚡ Requête API GA4 : top pages, durée sessions, bounce rate
- → ⚡ Envoi dans Claude : synthèse en langage naturel
- → ⚡ Injection dans MCP : affichage par mois, par source, par page
- → 🌱 Actions automatiques activables (ex : ciblage emailing, contenu, tests A/B)
- ✨ 6 rapports GA4 déclenchés à chaque exécution → analysés et routés automatiquement

📊 Résultat business :

- ⏰ +70 % gain de temps sur le reporting GA4
- 🧠 Vision qualitative + quantitative des pages et canaux
- 🚀 Décisions activées plus rapidement (actions prioritaires extraites par Claude)

