CANDIES ROAD

DOSSIER PROFESSIONNEL
CONCEPTEUR DESIGNER UI

LAURA AZIB
LA MANU - VERSAILLES

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier dans un premier temps la région Île-de-France pour le financement dont j'ai été bénéficiaire pour intégrer la formation Executive Program Design Web et Communication Digitale ainsi que toute l'équipe pédagogique du Campus de la Manu à Versailles pour l'accompagnement qui m'a été donné durant cette formation.

Je tiens également à remercier mon maître de stage, Moussa Diallo de la société AAREON qui m'a permis de découvrir le métier de Webdesigner durant 5 semaines. Cette expérience a été très enrichissante d'un point de vue professionnel et me conforte dans mon choix de réorientation professionnelle.

SOMMAIRE

01. PRÉSENTATION

1.1 Présentation du candidat 6
1.2 Présentation du contexte du projet 6

02. PRÉSENTATION DU PROJET

2.1 Le contexte 7
2.2 Le besoin / grille de questionnement 8
2.3 Réponse à la demande 8
2.4 Gestion de projet 9
2.4.1 Méthodologie 9
2.4.2 Membres du projet 9
2.4.3 Outil de gestion de projet 10
2.4.4 Temporalité du projet 12

03. IDÉATION

3.1 Phase initiale 14
3.2 Analyse concurrentielle 15
3.2.1 Objectifs 15
3.2.2 Identification des concurrents 16
3.2.3 Sélection d'un concurrent et étude de cas 16
3.2.4 Identité visuelle 18
3.2.5 Persona 19
3.3.6 Charte graphique du site 20
3.3.7 Arborescence du site 23
3.3.8 Spécificités techniques du site (CMS, Hébergement, ndd...) 24
3.2.9 Audit SEO du site 24
3.2.10 Audit technique du site 25
3.2.11 Test Utilisateurs du site 26
3.2.12 Présence en ligne 27
3.2.13 Ligne éditoriale 28
3.3 Persona et Users Stories 28
3.4 Cahier des charges 30

04. IDENTITÉ VISUELLE

4.1 Logo 31
4.2 Planche de couleurs 37
4.3 Typographies 38
4.4 Pictogrammes 39
4.5 Images utilisées 40

05. SITE INTERNET

5.1 Arborescence du site 42
5.2 Maquettage 43
5.2.1 Zoning 43
5.2.2 Wireframe 49
5.2.3 Prototype fonctionnel 55
5.2.4 Maquette 58
5.2.5 Prototype 63
5.3 Intégration du site 65
5.3.1 Spécifications fonctionnelles : nom de domaine 65
5.3.2 Spécifications fonctionnelles : l'hébergement 66
5.3.3 Présentation du site : front-end 66
5.3.4 Présentation du site : back-end 69
5.3.5 Spécifications techniques 70
5.4 Analyses du site réalisé 72
5.4.1 Audit technique 72
5.4.2 Audit SEO 76
5.4.3 Tests Utilisateurs 76
5.5 Conclusions relatives au site internet 77

06. COMMUNICATION

6.1 Déclinaisons de l'identité visuelle 78
6.1.1 Outils utilisés 78
6.1.2 identité visuelle 79
6.1.3 Mock-up 81
6.1.4 Conclusions sur la déclinaison de l'identité visuelle 81
6.2 Vidéo promotionnelle 82
6.2.1 Outils utilisés 82
6.2.2 Identité visuelle 83
6.2.3 Storyboard 86
6.2.4 Mock-up 89
6.2.5 Conclusions sur la vidéo 89
6.3 Support imprimé 90
6.3.1 Outils utilisés 90
6.3.2 Identité visuelle 91
6.3.3 Réalisation 93
6.3.4 Conclusions sur le support imprimés 95
6.4 Social Media Marketing 95
6.4.1 Outil utilisé 95
6.4.2 Identité visuelle 96
6.4.3 Objectifs 98
6.4.4 Médias 98
6.4.5 Ligne éditoriale 99
6.4.6 Publications 105
6.4.7 Mock-up 114
6.4.8 KPI 115
6.4.9 Conclusion sur la communication social média 115

07. CONCLUSION

7.1 Conclusion du projet 116

01.PRÉSENTATION

1.1 Présentation du candidat

Je m'appelle Laura Azib, j'ai 29 ans.
J'ai commencé mes études dans le domaine de l'hôtellerie-restauration et après un baccalauréat professionnel européen et une mention complémentaire dans l'accueil, j'ai travaillé pendant 9 ans pour le groupe Accor.

L'univers du webdesign m'attire depuis des années et c'est avec une grande motivation que j'ai pris la décision de passer de l'autre côté de l'écran pour ne plus être qu'une simple utilisatrice des sites internet en intégrant la formation Executive Program Design Web et Communication Digitale à la Manu, Campus de Versailles.

1.2 Présentation du contexte du projet

Pendant ma formation à la Manu, Campus de Versailles et pour l'obtention du titre professionnel Concepteur Designer UI, j'ai eu pour mission de créer un site internet, une vidéo promotionnelle, un flyer promotionnel ainsi qu'une stratégie marketing et webmarketing.

Le domaine dans lequel j'ai décidé de créer ses supports est la création d'un food truck spécialisé dans les donuts et les cupcakes qui se déplace en Île-de-France : **Candies Road**.

02.PRÉSENTATION DU PROJET

2.1 Le contexte

Candies Road est un food truck situé en Ile-de-France spécialisé dans la vente à emporter de cupcakes et donuts.

Nos déplacements se font dans 5 grandes villes d'Île-de-France : Saint-Germain en Laye, Issy-les-Moulineaux, La Défense, Boulogne et Versailles.

La fondatrice de la marque, Laura & Mathieu sont deux grands passionnés de pâtisserie et c'est en 2022 que l'aventure Candies Road débute.

Contrairement aux cupcakes et donuts industriels, nos pâtisseries sont confectionnées chaque matin à partir d'ingrédients frais pour le plus grand plaisir des papilles gustatives de nos clients.

Le « fait-maison » est le maître mot de notre food truck qui garantit une expérience culinaire de qualité à nos clients grâce à nos ingrédients de qualité parmi lesquels figurent le célèbre beurre d'Isigny, des œufs de poules élevées à l'air libre, de la vanille de Bourbon en provenance de Madagascar ainsi que du chocolat de couverture contenant plus de 31% de cacao pour plus de fluidité et d'onctuosité.

En plus d'utiliser des ingrédients frais de qualité, nous attachons une grande importance à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Chaque jour, nos invendus sont mis en ligne sur l'application de notre partenaire Too Good To Go afin de réduire au maximum le gaspillage alimentaire et par la même occasion faire profiter de nos produits à prix réduits.

L'ambiance de notre food truck est chaleureuse, amicale.

Pour mener à bien ce projet nous nous sommes appuyés sur plusieurs éléments notamment une analyse concurrentielle qui nous a permis de développer notre projet avec la création d'une identité visuelle, d'un site internet, d'une vidéo promotionnelle, d'un flyer promotionnel et l'élaboration d'une stratégie webmarketing.

2.2 Le besoin/grille de questionnement

BESOINS	OBJECTIFS
Développer une communauté	Créer de l'attachement de la part de nos clients envers notre marque
Générer de la visibilité sur nos différents supports de communication	Faire connaître notre marque
Identifier la clientèle idéale	Cibler les bonnes personnes à travers notre communication
Déterminer l'identité visuelle	Créer une identité visuelle propre à notre marque qui reste dans l'esprit de notre clientèle

2.3 Réponse à la demande

COMMENT ?

- Création de l'identité visuelle
- Création du site web
- Réalisation d'une vidéo promotionnelle
- Réalisation d'un flyer promotionnel
- Elaboration d'une stratégie marketing sur les réseaux sociaux

2.4 Gestion de projet

2.4.1 Méthodologie

La méthodologie utilisée pour ce projet est la méthode agile SCRUM.

Cette méthode de travail est caractérisée par l'organisation de différentes mêlées qui ont pour but d'échanger concernant l'avancement du projet en cours.

Le principe même de cette méthodologie est de pouvoir réorienter le projet au fil de son avancement qui a permis une plus grande flexibilité durant notre avancementW.

Des sprints ont été mis en place pour déterminer avec le client les étapes de la réalisation du projet.

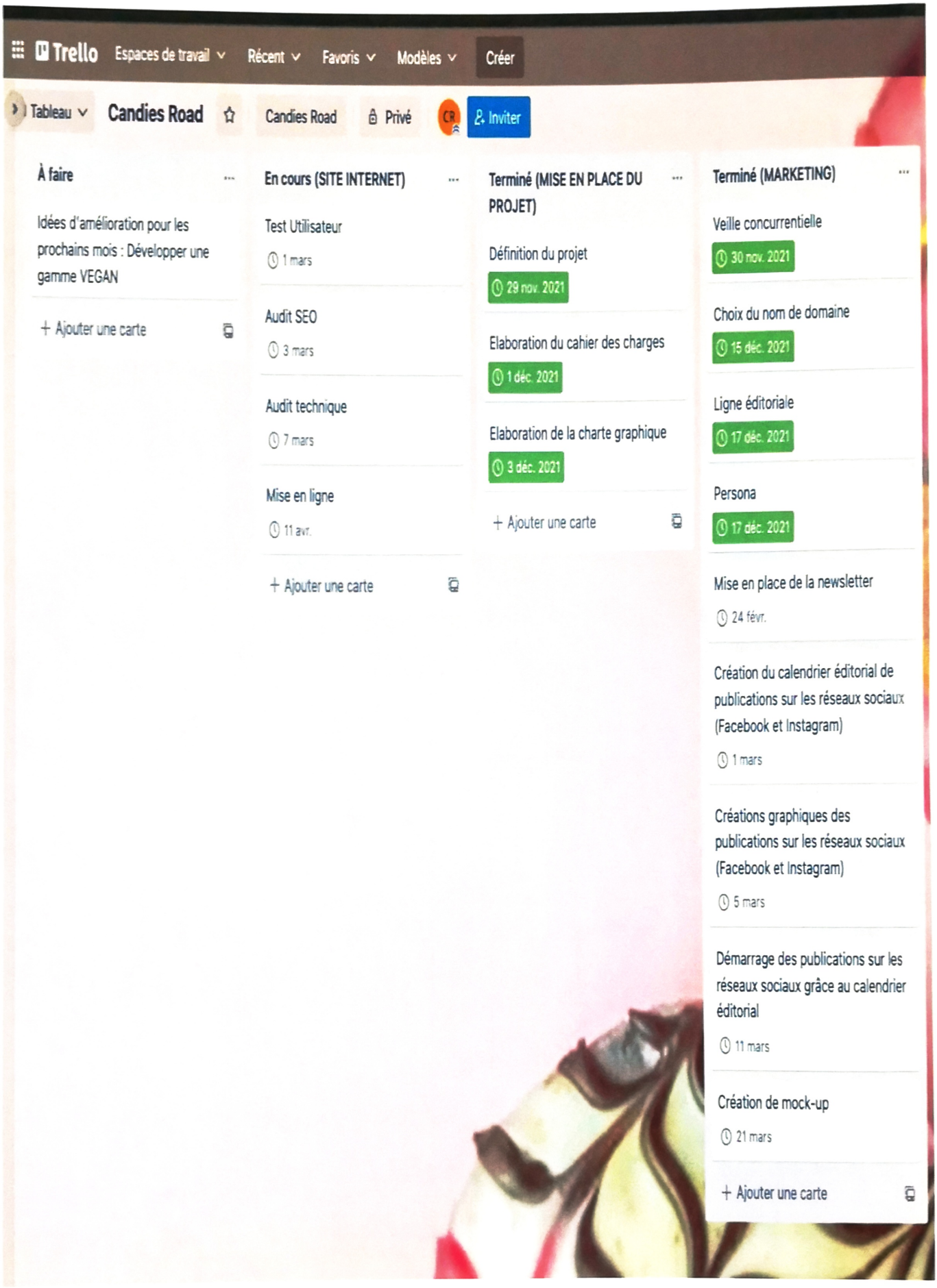
À la fin de chaque sprint, nous avons présenté au client l'avancement du projet et avons échangé sur les éventuelles améliorations à effectuer.

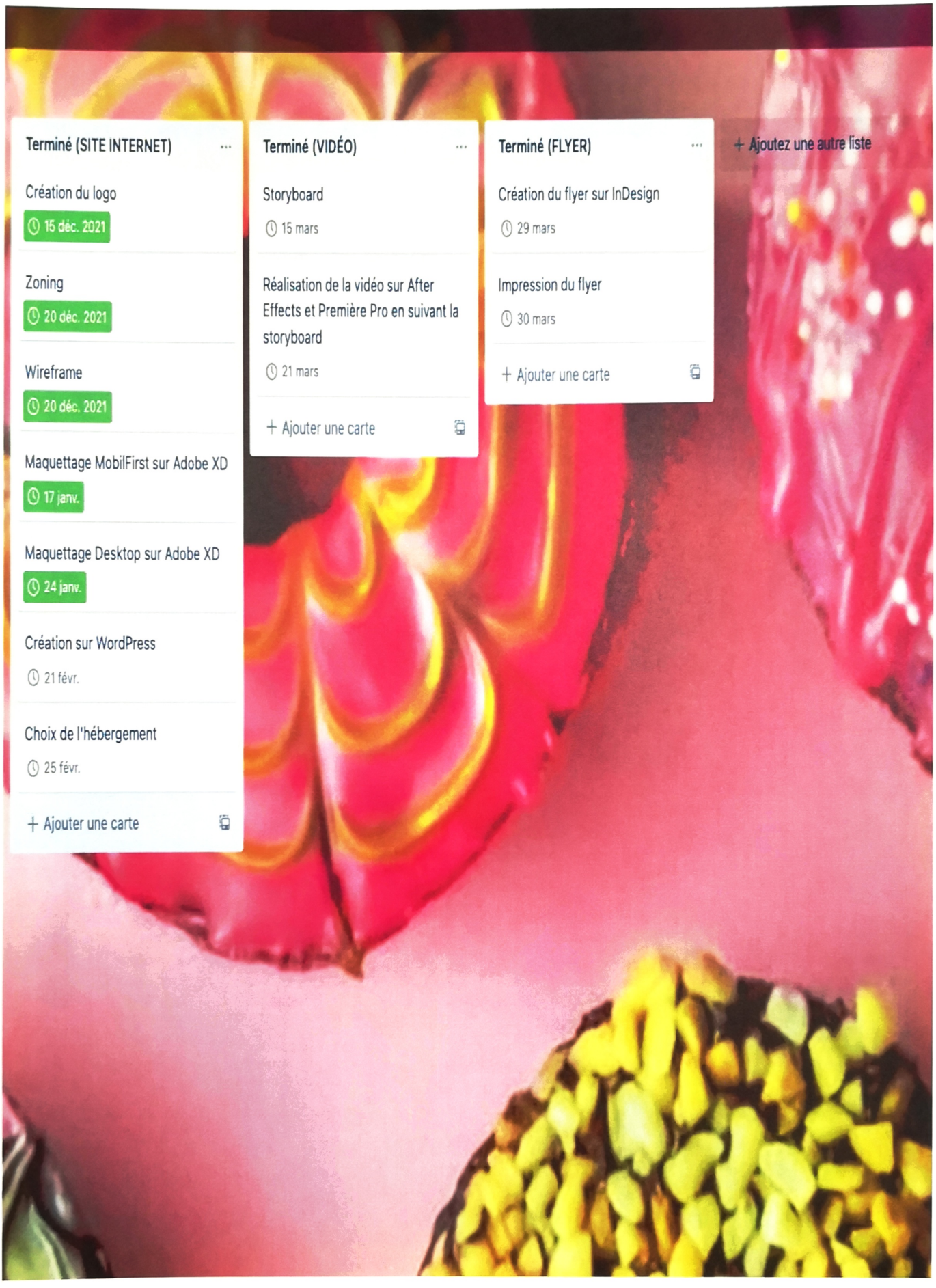
2.4.2 Membres du projet

Laura AZIB

Mathieu RENIVIDAUD

2.4.3 Outils de gestion de projet




Terminé (SITE INTERNET)
Création du logo
15 déc. 2021
Zoning
20 déc. 2021
Wireframe
20 déc. 2021
Maquettage MobilFirst sur Adobe XD
17 janv.
Maquettage Desktop sur Adobe XD
24 janv.
Création sur WordPress
21 févr.
Choix de l'hébergement
25 févr.
+ Ajouter une carte
Terminé (VIDÉO)
Storyboard
15 mars
Réalisation de la vidéo sur After Effects et Première Pro en suivant la storyboard
21 mars
+ Ajouter une carte
Terminé (FLYER)
Création du flyer sur InDesign
29 mars
Impression du flyer
30 mars
+ Ajouter une carte
+ Ajoutez une autre liste

2.4.4 Temporalité du projet

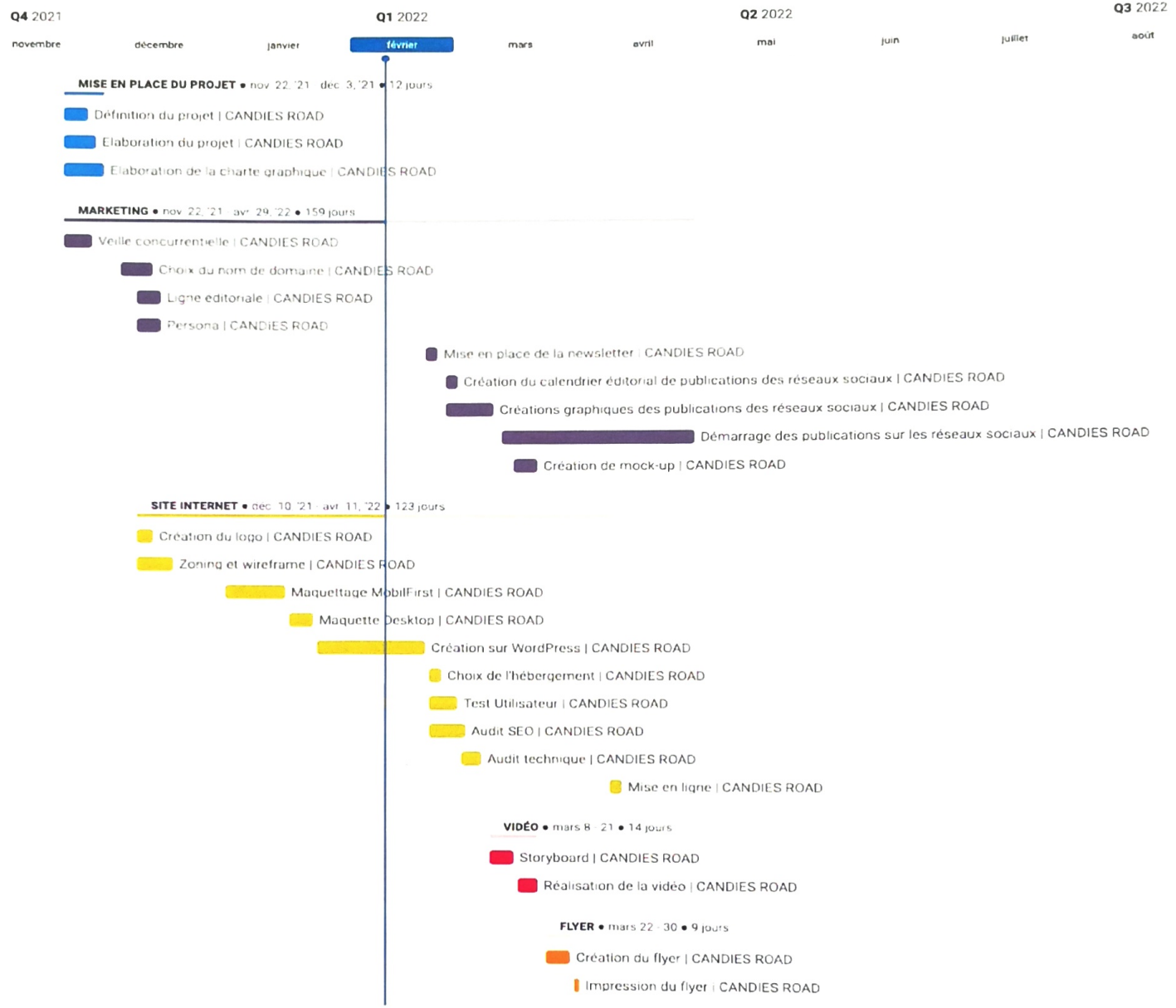
Les étapes clés du projet sont représentées ci-après sous forme de diagramme de GANTT.

Le diagramme de Gantt est un outil utilisé en gestion de projet permettant de visualiser dans le temps les diverses tâches composant un projet.

Gantt

Recherche | Personne | Filtre

MISE EN PLACE DU PROJET	
Définition du projet	nov. 22, '21 - nov. 29, '21
Elaboration du projet	nov. 22, '21 - déc. 1, '21
Elaboration de la charte graphiq...	nov. 22, '21 - déc. 3, '21
MARKETING	
Veille concurrentielle	nov. 22, '21 - nov. 30, '21
Choix du nom de domaine	déc. 6, '21 - déc. 15, '21
Ligne éditoriale	déc. 10, '21 - déc. 17, '21
Persona	déc. 10, '21 - déc. 17, '21
Mise en place de la newsletter	févr. 20 - 24
Création du calendrier éditorial d...	févr. 25 - mars 1
Créations graphiques des public...	févr. 25 - mars 10
Démarrage des publications sur ...	mars 11 - avr. 29
Création de mock-up	mars 14 - 21
SITE INTERNET	
Création du logo	déc. 10, '21 - déc. 15, '21
Zoning et wireframe	déc. 10, '21 - déc. 20, '21
Maquettage MobilFirst	janv. 1 - 17
Maquette Desktop	janv. 17 - 24
Création sur WordPress	janv. 24 - févr. 21
Choix de l'hébergement	févr. 21 - 25
Test Utilisateur	févr. 21 - mars 1
Audit SEO	févr. 21 - mars 3
Audit technique	mars 1 - 7
Mise en ligne	avr. 7 - 11
VIDÉO	
Storyboard	mars 8 - 15
Réalisation de la vidéo	mars 15 - 21
FLYER	
Création du flyer	mars 22 - 29
Impression du flyer	mars 29 - 30



03.IDÉATION

3.1 Phase initiale

CRÉATION DU SITE WEB

CRÉATION DE LA VIDÉO

FAIRE CONNAÎTRE CANDIES ROAD

DÉVELOPPER UNE COMMUNAUTÉ

CRÉATION DU FLYER

ÉLABORATION DE L'IDENTITÉ VISUELLE

PARTENAIRE TOO GOOD TO GO

MISE EN PLACE DE LA STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

CHOIX DES NOMS DES PRODUITS

3.2 Analyse concurrentielle

3.2.1 Objectifs

L'objectif même de notre analyse concurrentielle est d'analyser et d'évaluer les forces et les faiblesses de nos concurrents afin de mieux connaître notre clientèle et d'agir en conséquence sur notre stratégie.

Suite à cette analyse concurrentielle, les réseaux sociaux qui ont retenu notre attention pour notre stratégie webmarketing sont Instagram et Facebook.

Instagram est un réseau social populaire, largement utilisé par les 15-24 ans et qui s'adapte de plus en plus aux professionnels en permettant de créer un compte professionnel, d'obtenir des statistiques.
Le choix de ce réseau est un excellent moyen d'accroître sa visibilité et développer sa notoriété notamment grâce à l'utilisation des hashtags pour viser un domaine en particulier ou bien même une ville.

Sa communication est essentiellement basée sur le visuel qui est un excellent moyen d'attirer l'attention des utilisateurs sur des produits alimentaires de qualité qui vont susciter l'envie.

Facebook qui est notre second choix concernant nos réseaux sociaux qui touche un public un peu plus âgé que le public d'Instagram soit principalement les 25-49 ans qui est l'une de nos cîbles pour notre projet.

Le choix de notre identité visuelle qui fait suite à notre analyse concurrentielle représente l'univers des cupcakes et des donuts de par ses couleurs qui sont le beige, le marron, le rose et le violet clair.

3.2.2 Identification des concurrents

Afin d'identifier nos concurrents, nous nous sommes penchés sur quelques entreprises situées en Île-de-France spécialisées dans la vente de pâtisseries et plus spécialement dans les cupcakes et les donuts.

Les éléments clés de cette identification reposent sur :

Le chiffre d'affaires nous permet de détermininer la taille des entreprises concurrentes et leur étendue sur le marché.

L'implantation de nos concurrents nous permet de déterminer selon la zone concernée le type de clientèle, la visibilité de l'entreprise, l'accessibilité (axes routiers, transports en commun...), l'attractivité si l'emplacement se situe dans une zone attractive où les clients se rendent facilement.

La gamme de produits proposée par l'entreprise nous permet d'identifer s'il s'agit de concurrents directs ou indirects.

Enfin, l'image perçue par les clients peut nous aider à identifier les bonnes ou les mauvaises pratiques de l'entreprise, notamment via les différents avis que nous pouvons trouver sur le web et les réseaux sociaux.

3.2.3 Sélection d'un concurrent et étude de cas

Suite à notre analyse concurrentielle, nous avons sélectionné le food truck Happy Truck comme concurrent direct de notre projet.

Happy Truck est un food truck spécialisé dans la vente de pâtisseries américaines (donuts, muffins, brownies, cookies) qui se déplace en Île-de-France dans les villes de Saint-Quentin en Yvelines, Juziers, Viroflay, Issou et Jouars-Pontchartrain.

En plus de ses pâtisseries américaines, Happy Truck propose depuis peu un «côté salé» avec différentes variantes de mac and cheese ainsi que des bocaux de pâtes au pesto.

Happy Truck propose également la possibilité de louer le food-truck pour des évènements privés.

Identification

Nom de l'entreprise : HAPPY TRUCK
Date de création : Créée le 11 Août 2020
Code NAF (branche d'activité principale) : 1071D / Pâtisserie
Effectif : 1 personne. La créatrice et gérante d'Happy Truck : Gwenaëlle Steinmetz.

Implantation

Implantation en Île-de-France, plus précisement dans le département des Yvelines.

Financiers

Capital de l'entreprise : 1000€

Malgré nos recherches, nous n'avons pas trouvé les aspects financiers d'HAPPY TRUCK à savoir le chiffre d'affaires, le taux de croissance et la rentabilité de l'entreprise.

Ces données ne sont pas communiquées sur les sites publics auxquels nous avons accès tels que societe.com, infogreffe.fr, annuaire-entreprises.data.gouv.fr

Offre

Gamme de produits : Pâtisseries américaines

Communication et promotion

Site Internet : https://www.happytruck.fr
Réseaux sociaux : Facebook Happy Truck : 1049 abonnés, Instagram @happy.truck : 741 abonnés, Tiktok happy__truck : 69 abonnés
happy__truck

Profil SWOT

S

Forces :
- Déplacements réguliers dans plusieurs villes des Yvelines
- Prix attractifs
- Produits faîts-maison
- Clientèle fidèle (analyse des commentaires sur les réseaux)

W

Faiblesses :
- Faible capacité financière au démarrage
- Manque de connaissance en marketing (instabilité de l'identité visuelle)
- Site internet qui ne mentionne pas les emplacements

O

Opportunités :
- Peu de concurrents dans la zone d'activité
- Clientèle grandissante grâce à ses nouveaux produits salés
- Organisation d'évènements privés

T

Menaces :
- Augmentation du prix du carburant
- Incertitude du seuil de rentabilité de l'entreprise
- Arrêt de l'activité d'un fournisseur
- Ouverture d'un concurrent à proximité

3.2.4 Identité visuelle

L'identité visuelle de l'entreprise Happy Truck représente très bien l'univers «doux et sucré» des pâtisseries américaines grâce aux couleurs utilisées notamment pour le logo, le site internet et les publications postées sur les différents réseaux sociaux (Facebook, Instagram).

La couleur prédominante est le rose pâle (#E7BBD3).
Ils utilisent également le blanc et le noir pour certains textes.

Le logo accrocheur d'Happy Truck représente une remorque et permet aux clients d'identifier une partie de la nature de l'activité de l'entreprise.
Il comporte également le nom de l'entreprise dans une police script qui a un effet esthétique et qui permet de valoriser la marque Happy Truck.

Logo

3.2.5 Persona

CHRISTINE TELLIER
42 ANS
MARIÉE
ASSISTANTE DE DIRECTION
JUZIERS

PERSONNALITÉ :

* Drôle
* Croque la vie à pleines dents
* Hyper active

HABITUDES/COMPORTEMENT :

* Organise régulièrement des brunchs avec ses amis
* Fan incontournable du Meilleur Pâtissier
* Voyage régulièrement avec son mari

3.2.6 Charte graphique du site

Logo

Le logo d'Happy Truck combine le nom de l'entreprise ET le logo d'un camion food-truck. Une mention «mac and cheese, pâtisseries américaines» a également été ajoutée.

De cette façon, le client sait directement à quoi s'attendre en allant chez Happy Truck.

Le forme ronde de l'ensemble du logo peut représenter un symbole d'infini, d'harmonie ou encore de perfection.

Couleurs

Les couleurs principales utilisées pour le logo, le site internet et une partie des visuels des réseaux sociaux tournent principalement autour du rose, rose foncé, noir et blanc.

Le rose est associé au bonheur et à l'apaisement.

Lors de la navigation sur le site et les différents supports d'Happy Truck, il peut notamment nous rappeler le glaçage que nous pouvons trouver sur les donuts.

R	230	C	9 %
V	187	M	34 %
B	212	J	4 %
		N	0 %

R	255	C	0 %
V	255	M	0 %
B	255	J	0 %
		N	0 %

R	157	C	40 %
V	127	M	50 %
B	145	J	28 %
		N	10 %

R	77	C	62 %
V	77	M	52 %
B	77	J	50 %
		N	48 %

Typographie

La typographie utilisée pour les textes du site Internet d'Happy Truck est Oswald.

Cette police sans-serif est simple, impacte et courante en signalétique.
Le principal atout d'Oswald est qu'elle est très lisible, sans empattement, sans arrondis ou autres effets.

Oswlad
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Oswlad
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Oswlad
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

3.2.7 Arborescence du site

Il est important de préciser que le site Happy Truck est un site «one-page» concernant la présentation du côté salé et du côté sucré.

Les autres rubriques du site sont cliquables et dirigent les utilisateurs vers de nouvelles pages ou bien vers le lien Instagram du compte Happy Truck.

3.2.8 Spécificités techniques du site

Le nom de domaine du site Internet est : happytruck.fr

Dans ce cas précis, il comporte le nom de l'entreprise et le sufixe/l'extension du nom de domaine qui est .fr

L'utilisation de l'extension .fr est judicieuse car elle apporte une image de proximité et d'authenticité.
Elle nous permet d'identifier immédiatement que nous sommes sur un site français et est perçue comme une véritable marque de fiabilité.

Hébergeur : o2switch Internet
CMS : WordPress

WordPress est le leader mondial des CMS et répond aux besoins de la plupart des clients qui le sollicitent.

3.2.9 Audit SEO du site

Un lien non explorable

Un lien non explorable est un lien qui comporte un attribut ' href ' qui pointe vers une destination non appropriée.

Le fichier robots.txt n'est pas valide

Le robots.txt indique aux moteurs de recherche les pages de votre site ils peuvent explorer.

Une configuration non valide robots.txt peut entraîner deux types de problèmes :

- Cela peut empêcher les moteurs de recherche d'explorer les pages publiques, ce qui fait que votre contenu s'affiche moins souvent dans les résultats de recherche.

- Cela peut amener les moteurs de recherche à explorer des pages que vous ne souhaitez peut-être pas afficher dans les résultats de recherche.

3.2.10 Audit technique du site

Accessibilité

Les couleurs d'arrière-plan et de premier plan ne sont pas suffisamment contrastées.

Les liens n'ont pas de nom visible.

Performances

Les éléments d'image ne possèdent pas de width ni de height explicites.

Trop de charges utiles de réseau
(délai de chargement très long)

Diffusez des éléments statiques grâce à des règles de cache efficaces :

Une longue durée de vie du cache peut accélérer les visites répétées sur votre page.

3.2.11 Test Utilisateurs du site

Objectif : Je suis à la recherche des emplacements du food truck Happy Truck.

Je suis intéréssée par l'achat de pâtisseries chez le food truck Happy Truck.

Mon premier reflexe en tant qu'internaute et future cliente est de cliquer sur le «côté sucré» de la page d'accueil.

La première proposition est de commander en ligne mais je souhaite me déplacer.

Apres quelquels scrolls, je suis dans la rubrique «côté salé» du site Internet mais je ne suis pas intéressée, puis je suis informée qu'Happy Truck peut être privatisé pour des événements personnels.

Après quelques minutes de recherche, je trouve «enfin» le bouton « découvrez nos emplacements» qui se trouvait juste au-dessus de la rubrique privatisation.

Le bouton « Découvrez nos emplacements » me dirige vers le compte Instagram où je dois rechercher le planning hebdomadaire pour connaitre les emplacements de la semaine en cours. ..

A mon sens, le site internet devrait proposer dans un menu de navigation plus clair et mieux ordonné, les emplacements du food truck, sans avoir à passer par le compte Instagram.

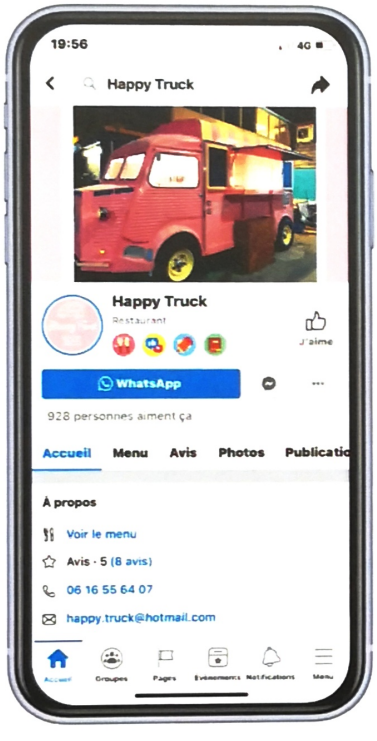
3.2.12 Présence en ligne

Happy Truck est présent en ligne grâce à son site internet et son activité sur les réseaux sociaux.

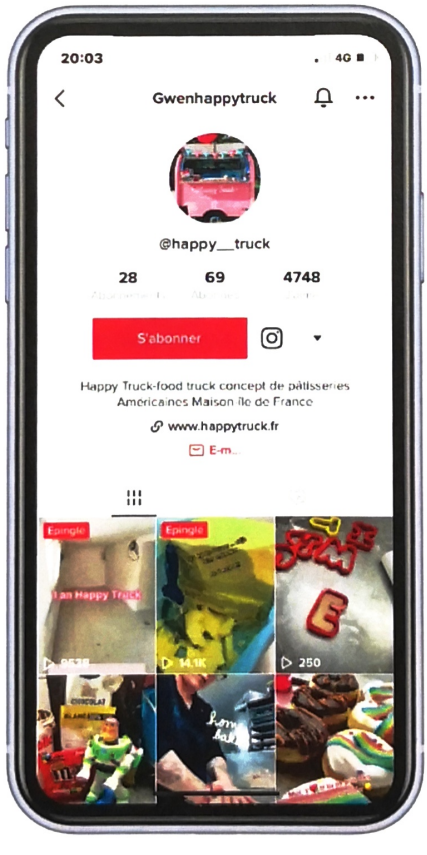
Happy Truck a une petite communauté qui lui est très fidèle lorsque nous analysons ses avis et ses commentaires.

Les différents réseaux sociaux sur lesquels il est présent sont les suivants :

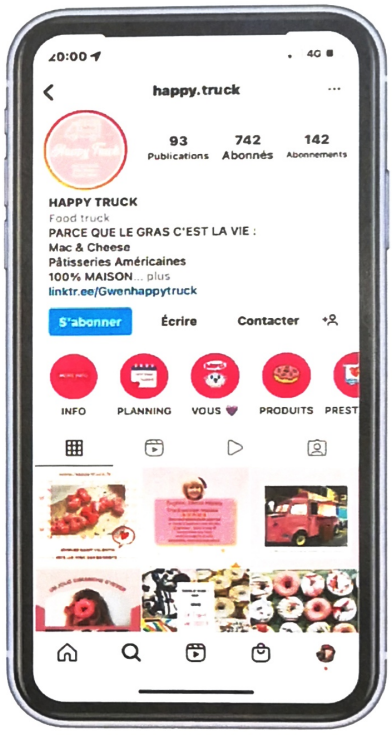
1052 abonnés



69 abonnés



742 abonnés



3.2.13 Ligne éditoriale

La ligne éditoriale est ce qui dessine l'image de la marque et est le véritable fil conducteur des publications de notre concurrent..

Le ton employé par Happy Truck varie selon ses publications.

Sur le site Internet par exemple, les textes sont présentés par le vouvoiement des internautes mais les actions à effectuer emploient le tutoiement.

Par exemple :

Commandez en ligne
** Présentation des produits **
Je commande

Sur les réseaux sociaux, le ton employé n'est pas défini.
Nous avons parfois affaire au tutoiement et parfois au vouvoiement ce qui n'est pas très cohérent et peut amener un sentiment de confusion auprès des internautes.

Happy Truck amène souvent ses internautes à réagir à ses publications grâce à des questions.

Par exemple :

Quel est ton donut préféré ?
Quel est ton métier ? (après une publication sur l'histoire du food truck et de sa créatrice)

Le contenu des publications est en grande partie visuel grâce à ses nombreuses photos de pâtisseries américaines.

La fréquence de publication est régulière avec en moyenne 2-3 publications par semaine.

3.3 Persona et users stories

La clientèle ciblée par Candies Road est à la recherche de différentes informations concernant notre food truck. Il est donc primordial que ces informations soient accessibles facilement en se rendant sur notre site Internet et nos différents réseaux sociaux.

La clientèle ciblée a besoin des informations suivantes :

- quels sont les emplacements du food truck ?
- quelles sont les pâtisseries proposées ?
- quelles sont les horaires d'ouvertures du food truck ?

Louise et Julien ont 32 et 34 ans et sont en couple depuis 4 ans. Ils vivent à Versailles et sont amoureux de cette ville. Ils aiment les longues balades dans le parc du Château de Versailles.

Avec la crise sanitaire du Covid-19, ils ont réalisé l'importance de soutenir les petits commerces de leur ville et contribuent à faire vivre leur quartier en achetant localement.
Ils ont un très bon contact avec les commerçants et n'hésitent pas à s'arrêter lorsqu'ils passent devant leurs vitrines pour échanger avec eux.

Isabela est une femme mariée de 47 ans et a deux enfants.
Elle vit à Boulogne avec sa famille et est mère au foyer. Elle consacre tout son temps à l'éducation de ses enfants et sa priorité est le bonheur de sa famille.
Elle aime surprendre ses enfants avec des nouvelles idées pour le goûter.
Isabela est très attachée a son combat contre le gaspillage alimentaire et est membre d'une association de dons alimentaires.

3.4 Cahier des charges

BESOINS	SOLUTIONS
- Déterminer l'identité visuelle - Faire connaître notre marque - Développer une communauté - Créer de l'attachement de la part de nos clients envers notre marque - Cibler la bonne niche à travers notre communication	- Création de l'identité visuelle - Création du site web - Réalisation d'une vidéo promotionnelle - Réalisation d'un flyer promotionnel - Elaboration d'une stratégie social media

Voir annexe pour le cahier des charges complet

04. IDENTITÉ VISUELLE

4.1 Logo

Le logo de notre marque se compose de deux éléments :

1.
La représentation graphique d'un donut qui a une signification claire concernant l'activité de notre entreprise.

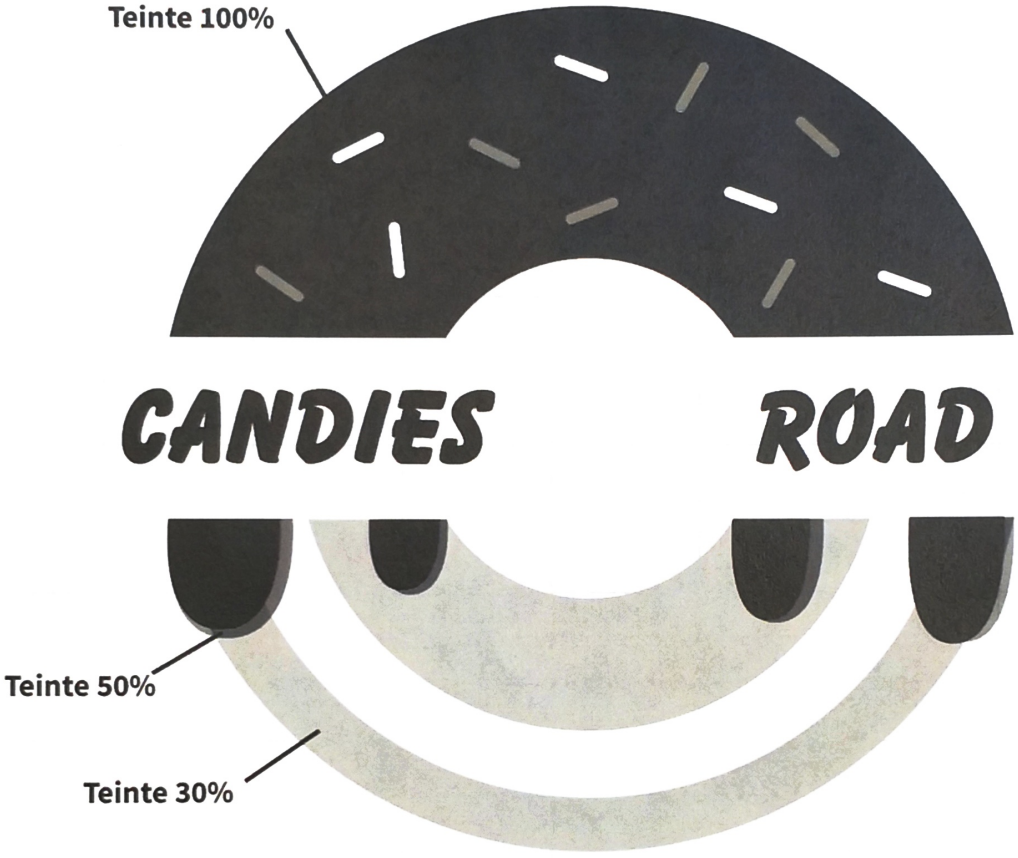
2.
Le nom de notre marque : Candies Road

Il est situé dans la découpe de notre donut de façon à ce qu'ils soient «liés» pour plus d'impact lors de sa lecture.

Monochrome

Cette version monochrome doit être utilisée lorsqu'il est impossible pour diverses raisons d'exploiter la version de notre logo en couleur.

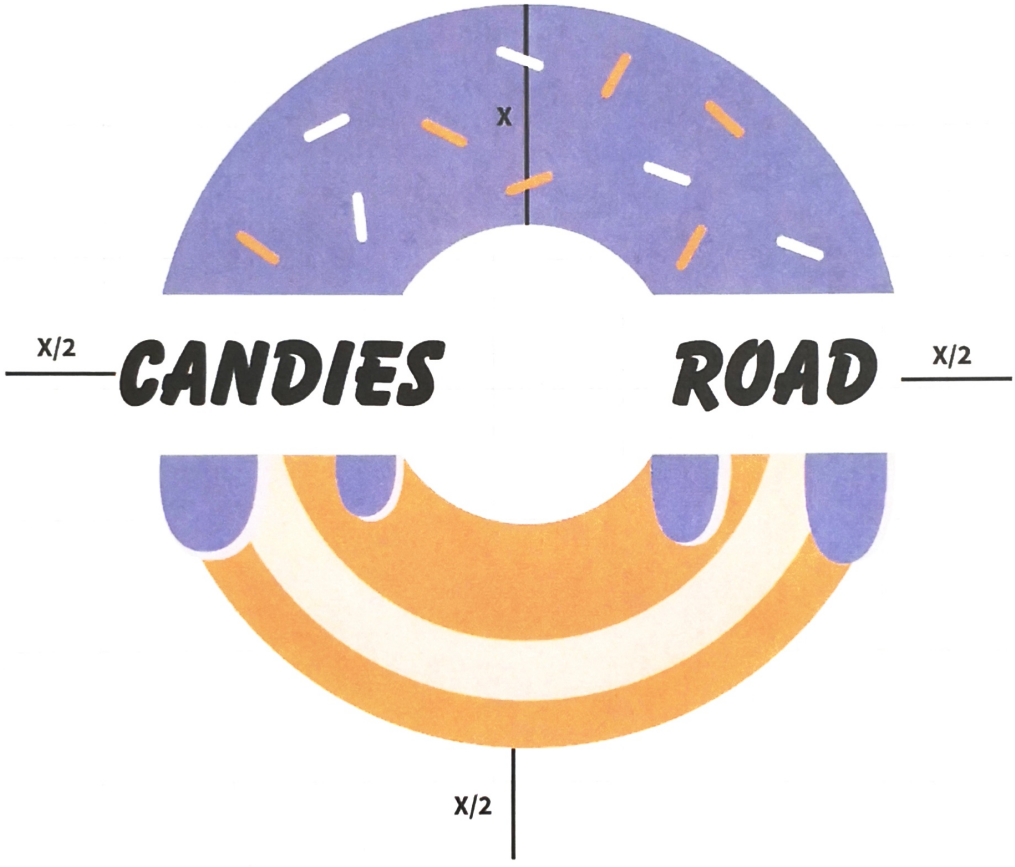
Cette version monochrome est déclinable sur d'autres teintes.



Marges de sécurité

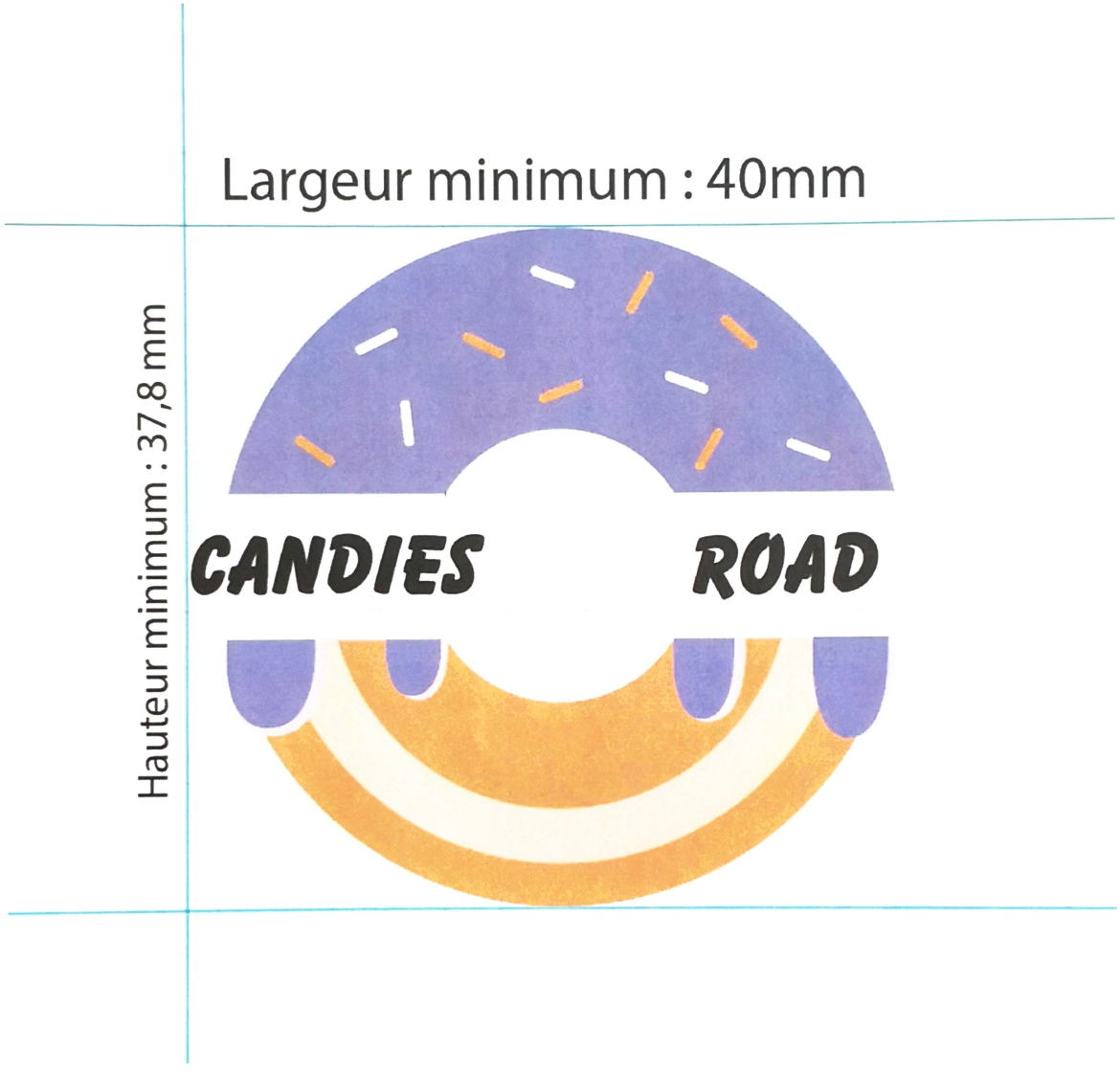
La marge de sécurité définie pour notre logo correspond à la moitié d'un arc de cercle de notre donut.

Notre arc de cercle ci-dessous est représenté par X.
La marge de sécurité autour de notre logo à l'intérieur de laquelle aucune image et aucun texte ne peuvent figurer est égale à X divisé par 2.



Dimensions

Pour une utilisation optimale de notre logo, la largeur minimum doit être de 40mm et la hauteur minimum de 37,8mm.



Usages interdits

Les différents usages interdits de notre logo sont les suivants :

- Interdiction de modifier la police du logo
- Interdiction de déformer le logo
- Interdiction d'utiliser le logo en dessous des dimensions minimum énoncées
- Interdiction de nommer une autre marque à l'intérieur du logo

DONUTS
&CO

4.2 Planche de couleurs

C	100%	R	0
M	100%	V	0
J	100%	B	0
N	100%		
		#00000	

C	11%	R	230
M	18%	V	215
J	0%	B	235
N	0%		
		#E6D7EB	

C	38%	R	171
M	45%	V	148
J	0%	B	198
N	0%		
		#AB94C6	

C	5 %	R	244
M	16%	V	221
J	19%	B	207
N	0%		
		#F4DDCF	

C	6%	R	236
M	34%	V	181
J	46%	B	142
N	0%		
		#ECB58E	

C	6%	R	237
M	30%	V	196
J	10%	B	208
N	0%		
		#EDC4DD	

Les couleurs ont été sélectionnées pour le côté coloré et doux des cupcakes et des donuts.

Les teintes de beige clair et beige foncé ont pour objectif de rappeller le beignet des donuts et le muffin des cupcakes.
Les teintes de rose, violet clair et violet foncé ont pour objectif de rappeler les différents glaçages et décorations possibles des cupcakes et des donuts.

4.3 Typographie

BALLOON D
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

La typographie Ballon D est une police décorative et est utilisée pour le logo de Candies Road ainsi que pour les titres de notre site Internet.

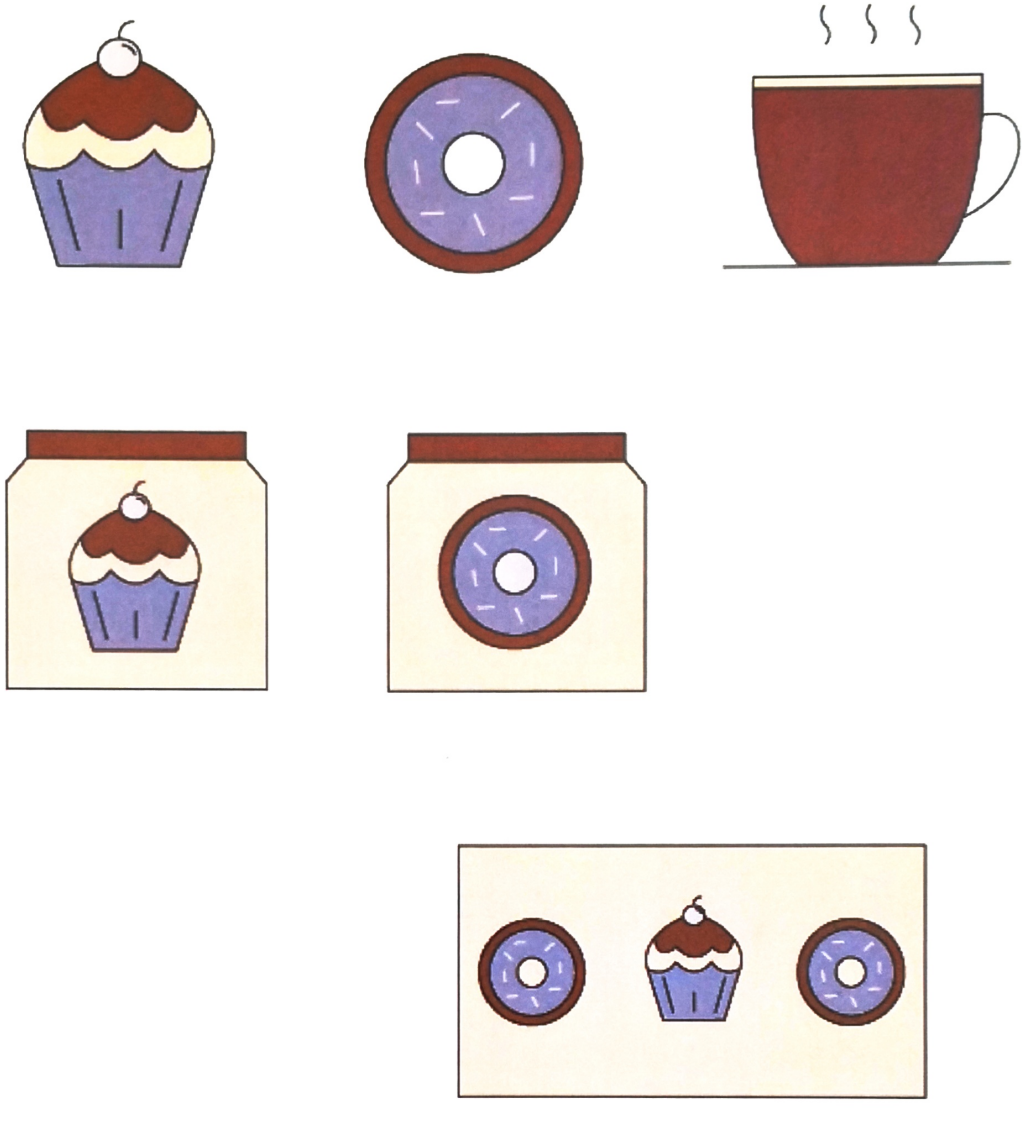
La typographie Balloon D est moderne et permettra de mettre l'accent sur notre marque et de rendre notre logo agréable à regarder et à lire.

Raleway
RALEWAY
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
1234567890

La typographie Raleway est utilisée pour le menu et les textes courant de notre site Internet.

La typographie Raleway est d'une grande lisiblité et son tracé lui permet de se prêter à tous les usages.

4.4 Pictogrammes



Les pictogrammes ci-dessus ont été réalisés pour Candies Road et peuvent être utilisés pour le site internet, les potentiels supports imprimés et les réalisations graphiques destinés à la communication.

Ils reprennent une partie des couleurs de la charte graphique. Un marron foncé a également été ajouté à ces pictogrammes.

4.5 Images utilisées

Crédit : Alexander Borisenko (AdobeStock)

Crédit : Alexander Borisenko (AdobeStock)

Crédit : Alexander Borisenko (AdobeStock)

Crédit : Alexander Borisenko (AdobeStock)

Crédit : Ruth Black (AdobeStock)

Crédit : Ruth Black (AdobeStock)

Crédit : Alexander Raths (AdobeStock)

Modifications apportées

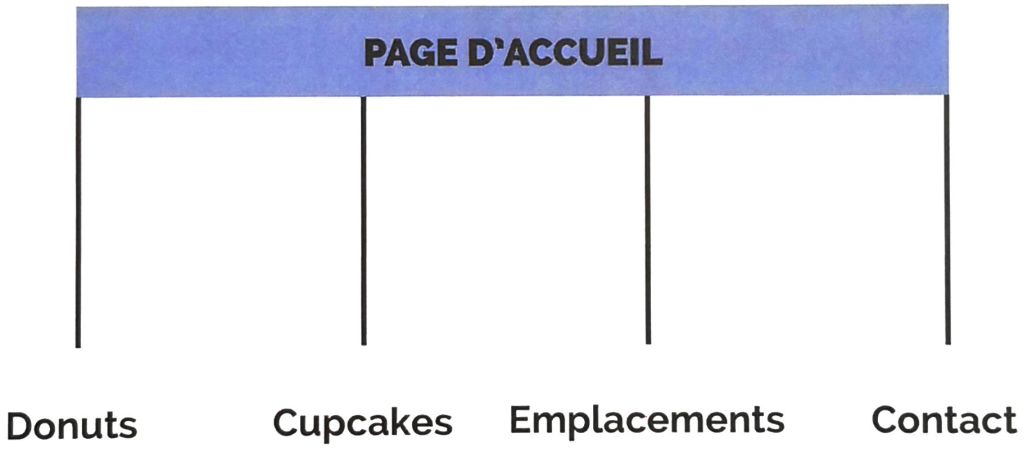
Afin d'apporter plus d'originalité à notre site internet, nous avons modifié les images de la série d'Alexander Borisenko en y ajoutent une vague blanche qui dessinera les header des différentes pages de notre site internet.

05. SITE INTERNET

Pour rappel, l'un de nos objectifs pour mener à bien notre projet Candies Road est la création d'un site internet.

L'importance pour notre entreprise de créer notre propre site internet est d'avoir un espace dédié et personnalisé pour communiquer sur notre marque et donner le maximum d'informations nécessaires à nos clients et futurs clients.
Il va nous permettre également d'améliorer notre visibilité et donc de trouver de nouveaux clients.

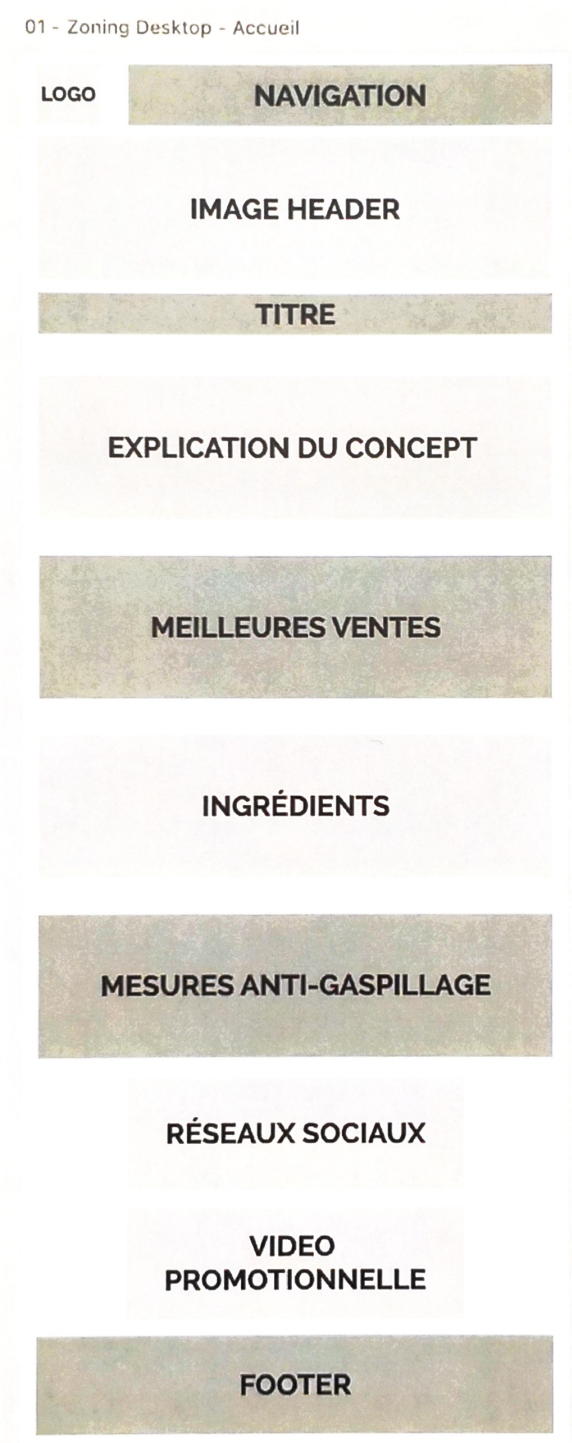
5.1 Arborescence du site



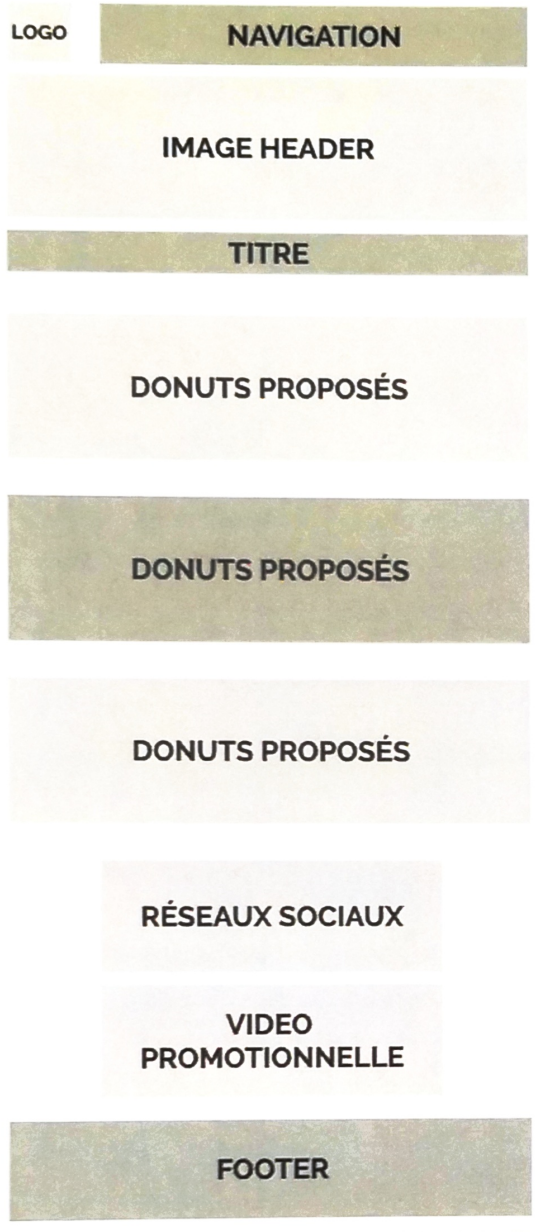
5.2 Maquettage

5.2.1 Zoning

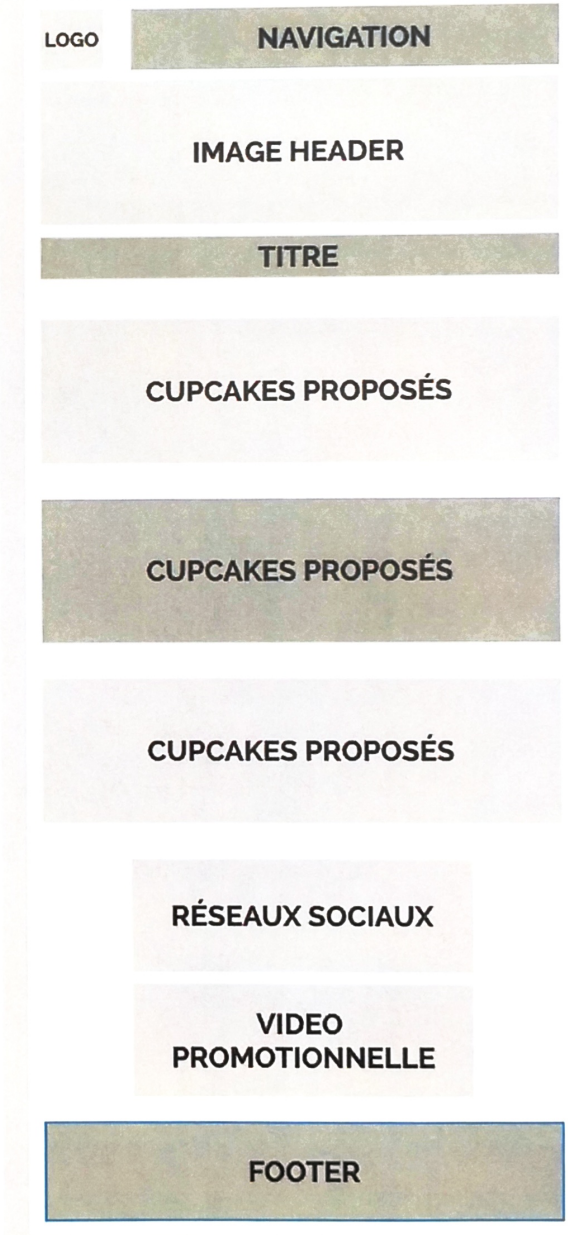
ZONING DESKTOP



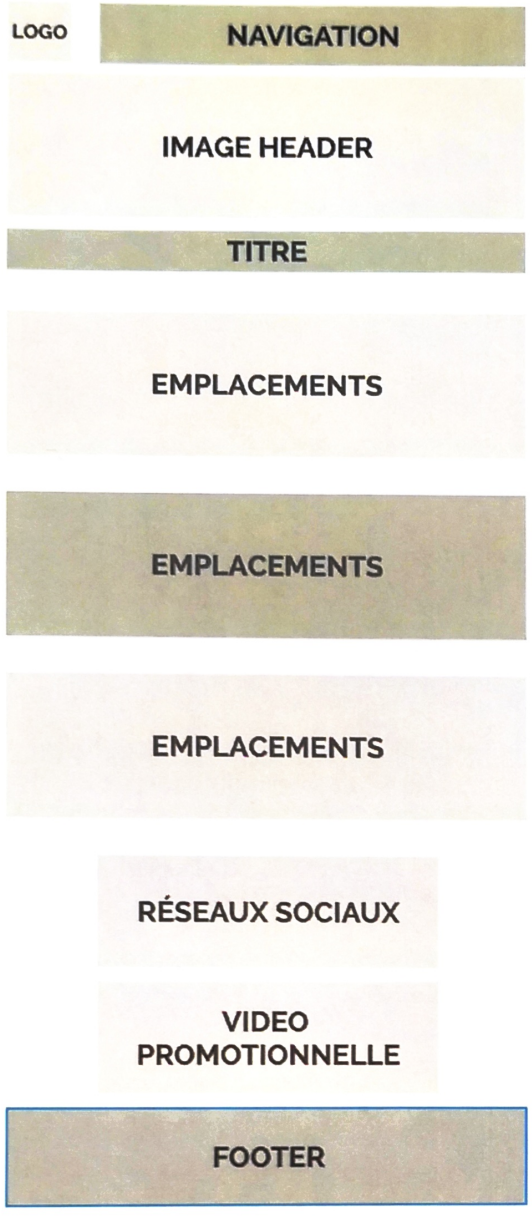
02 - Zoning Desktop - Donuts



03 - Zoning Desktop - Cupcakes



04 - Zoning Desktop - Emplacements



05 - Zoning Desktop - Contact

ZONING MOBILE

01 - Zoning Mobile - Accueil

LOGO

NAV

IMAGE HEADER

TITRE

CONCEPT

MEILLEURES VENTES

INGRÉDIENTS

ANTI-GASPILLAGE

RÉSEAUX

VIDÉO PROMOTIONNELLE

FOOTER

)2 - Zoning Mobile - Donuts

LOGO

NAV

IMAGE HEADER

TITRE

DONUTS PROPOSÉS

DONUTS PROPOSÉS

DONUTS PROPOSÉS

RÉSEAUX

VIDÉO PROMOTIONNELLE

FOOTER

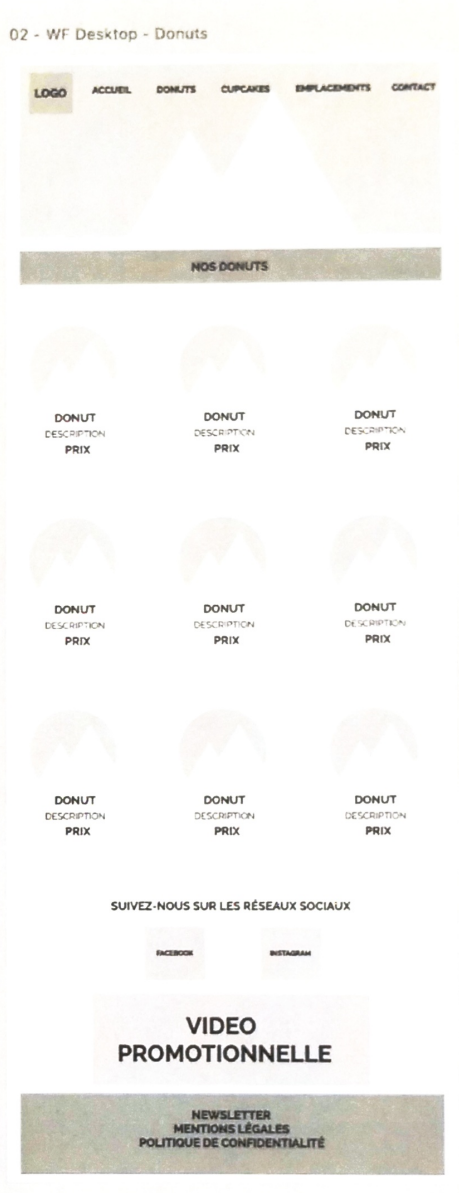
03 - Zoning Mobile - Cupcakes

04 - Zoning Mobile - Emplacements

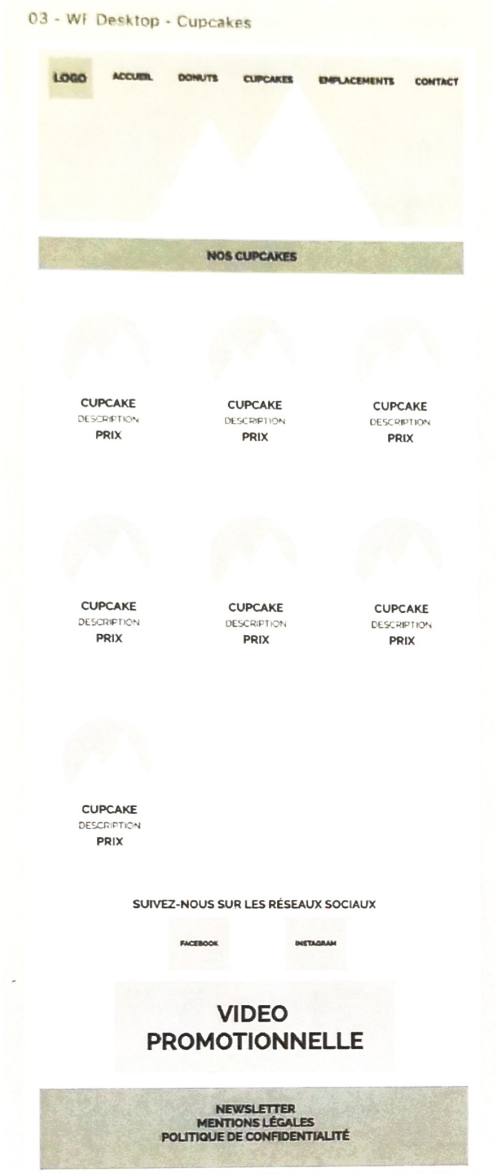
05 - Zoning Mobile - Contact

5.2.2 Wireframe

WIREFRAME DESKTOP



03 - Wf Desktop - Cupcakes

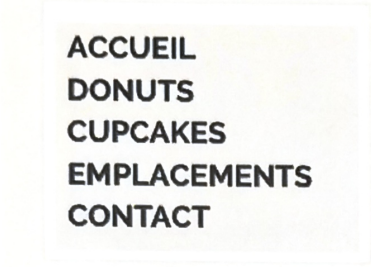


04 - WF Desktop - Emplacements

05 - WF Desktop - Contact

WIREFRAME MOBILE

00 - WF Mobile - M...



01 - WF Mobile - A...

02 - WF Mobile - D...

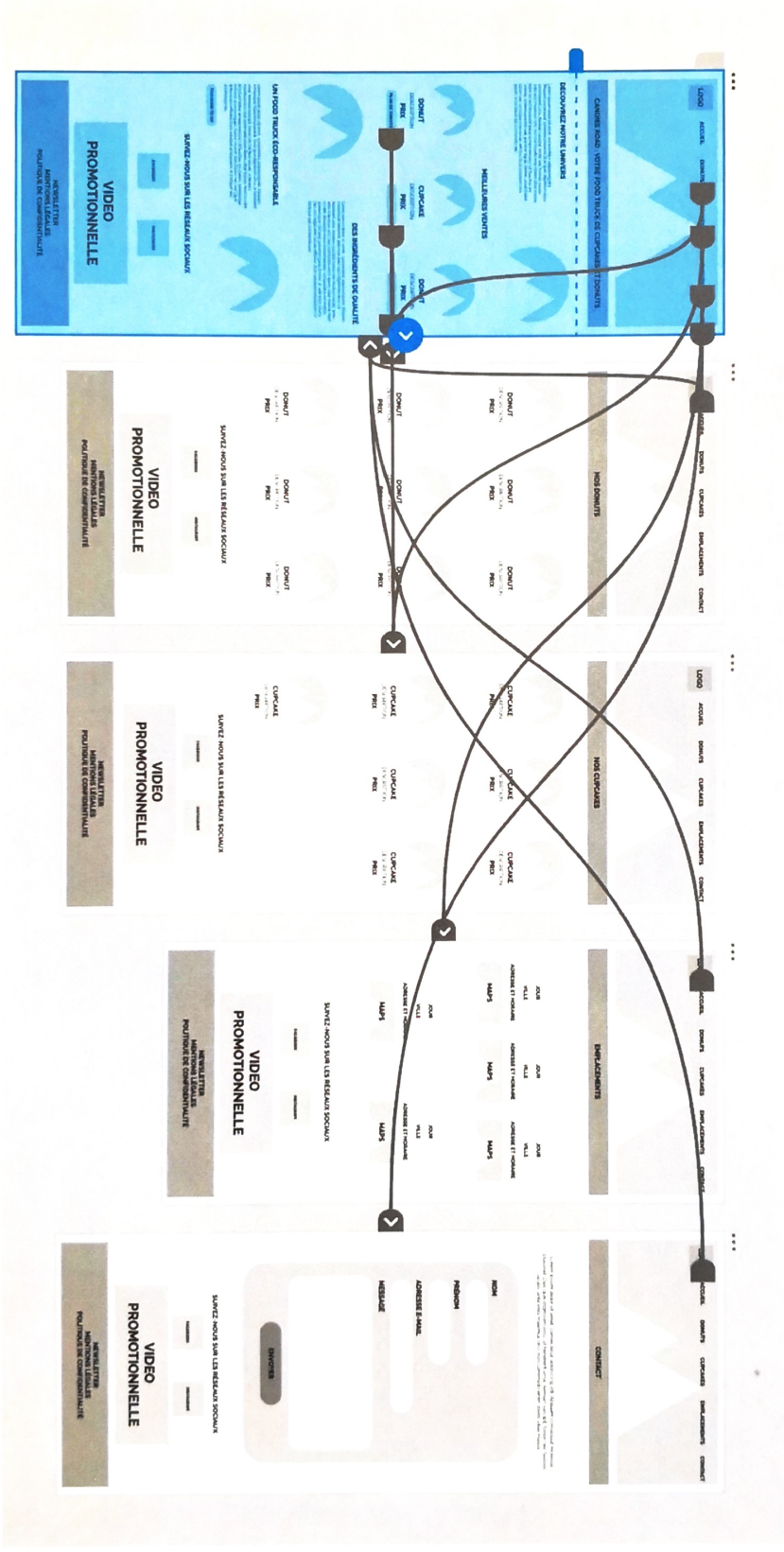
03 - WF Mobile - C...

04 - WF Mobile - E...

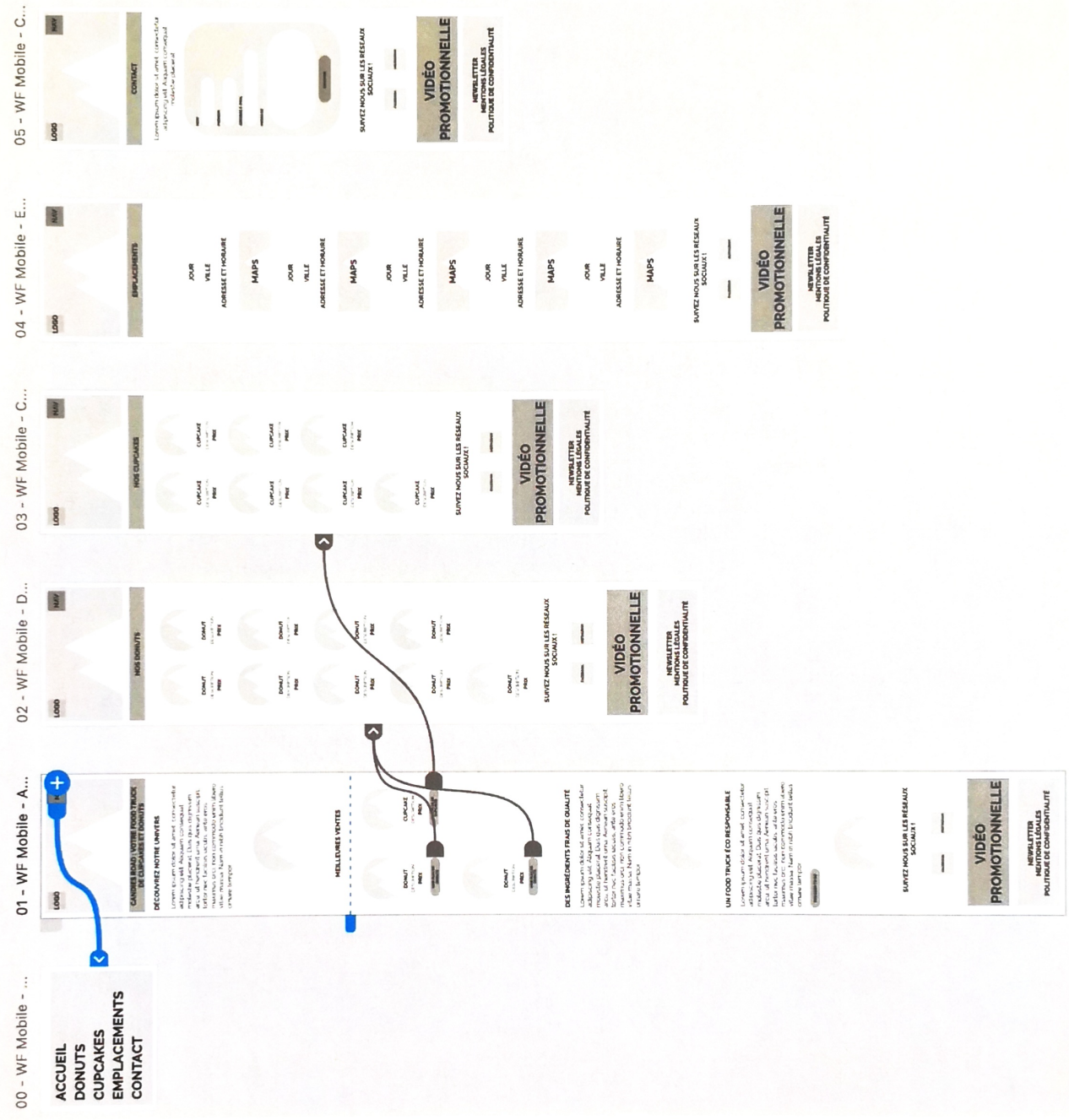
05 - WF Mobile - C...

5.2.3 Prototype fonctionnel

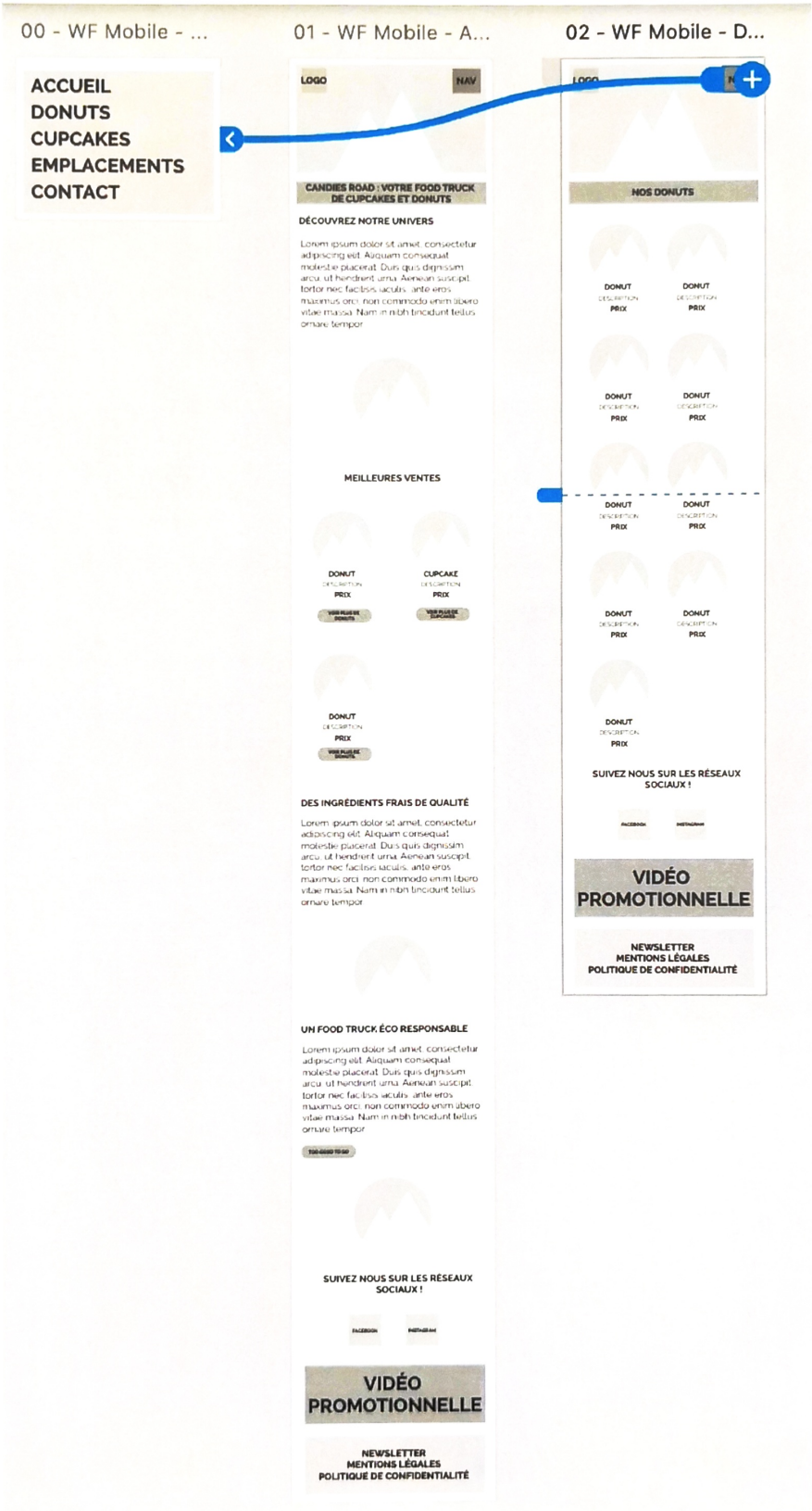
PROTOTYPE DESKTOP



PROTOTYPE MOBILE



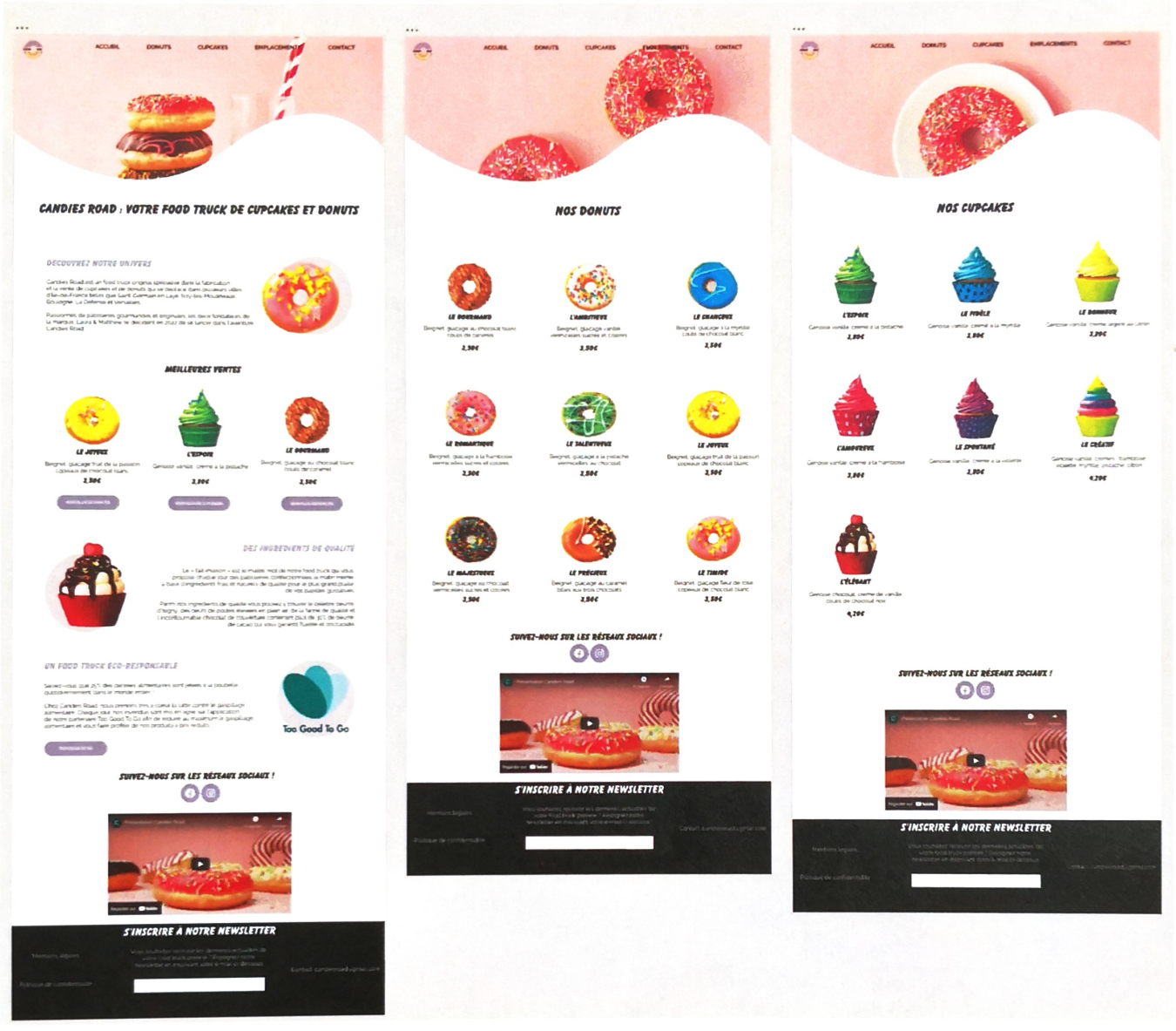
PROTOTYPE MOBILE

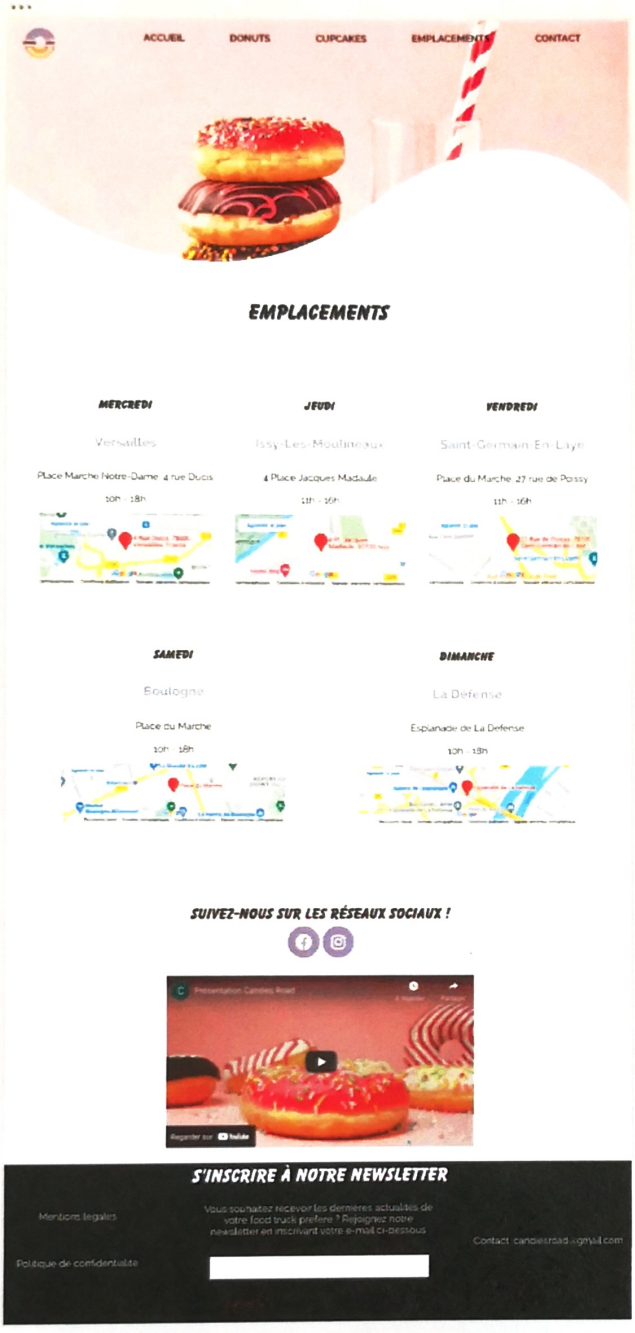


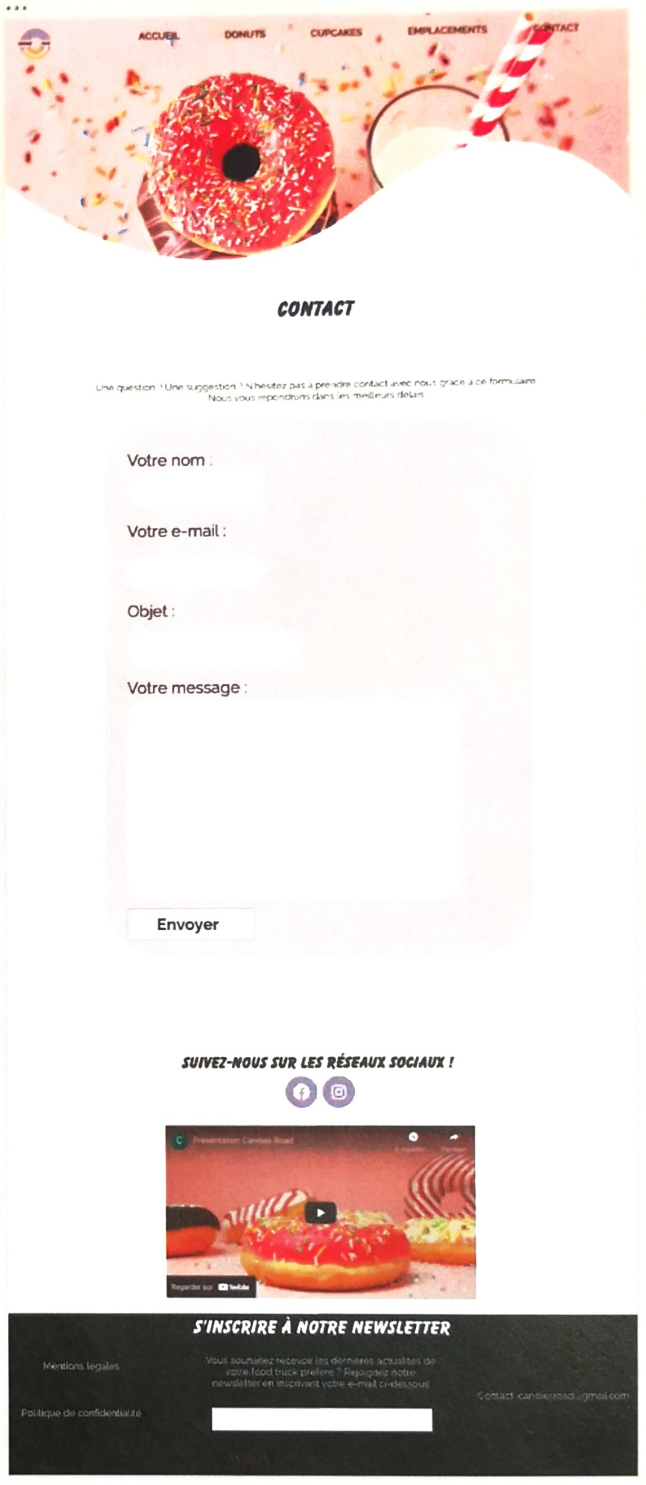
5.2.4 Maquette

Première maquette non finalisée

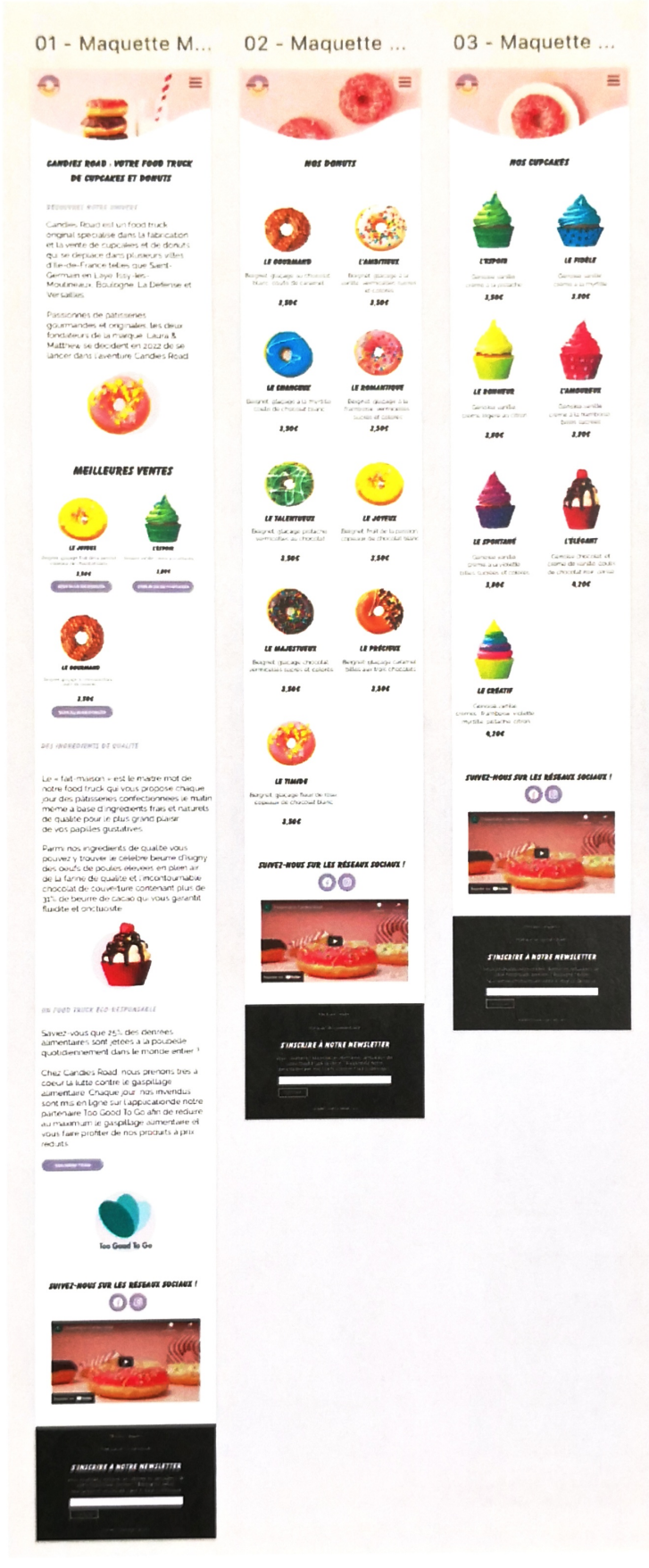
MAQUETTE FINALE DESKTOP




ACCUEIL
DONUTS
CUPCAKES
EMPLACEMENTS
CONTACT
EMPLACEMENTS
MERCREDI
Versailles
Place Marché Notre-Dame 4 rue Ducis
10h - 18h
JEUDI
Issy-Les-Moulineaux
4 Place Jacques Madaule
11h - 16h
VENDREDI
Saint-Germain-En-Laye
Place du Marché 27 rue de Poissy
11h - 16h
SAMEDI
Boulogne
Place du Marché
10h - 18h
DIMANCHE
La Défense
Esplanade de La Défense
10h - 18h
SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX !
S'INSCRIRE À NOTRE NEWSLETTER
Mentions légales
Politique de confidentialité
Vous souhaitez recevoir les dernières actualités de votre food truck préféré ? Rejoignez notre newsletter en inscrivant votre e-mail ci-dessous
Contact candiesroad@gmail.com

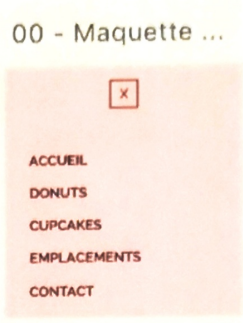

ACCUEIL
DONUTS
CUPCAKES
EMPLACEMENTS
CONTACT
CONTACT
Une question ? Une suggestion ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous grâce à ce formulaire
Nous vous répondrons dans les meilleurs délais
Votre nom :
Votre e-mail :
Objet :
Votre message :
Envoyer
SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX !
S'INSCRIRE À NOTRE NEWSLETTER
Mentions légales
Politique de confidentialité
Vous souhaitez recevoir les dernières actualités de votre food truck préféré ? Rejoignez notre newsletter en inscrivant votre e-mail ci-dessous
Contact candiesroad@gmail.com

MAQUETTE FINALE MOBILE



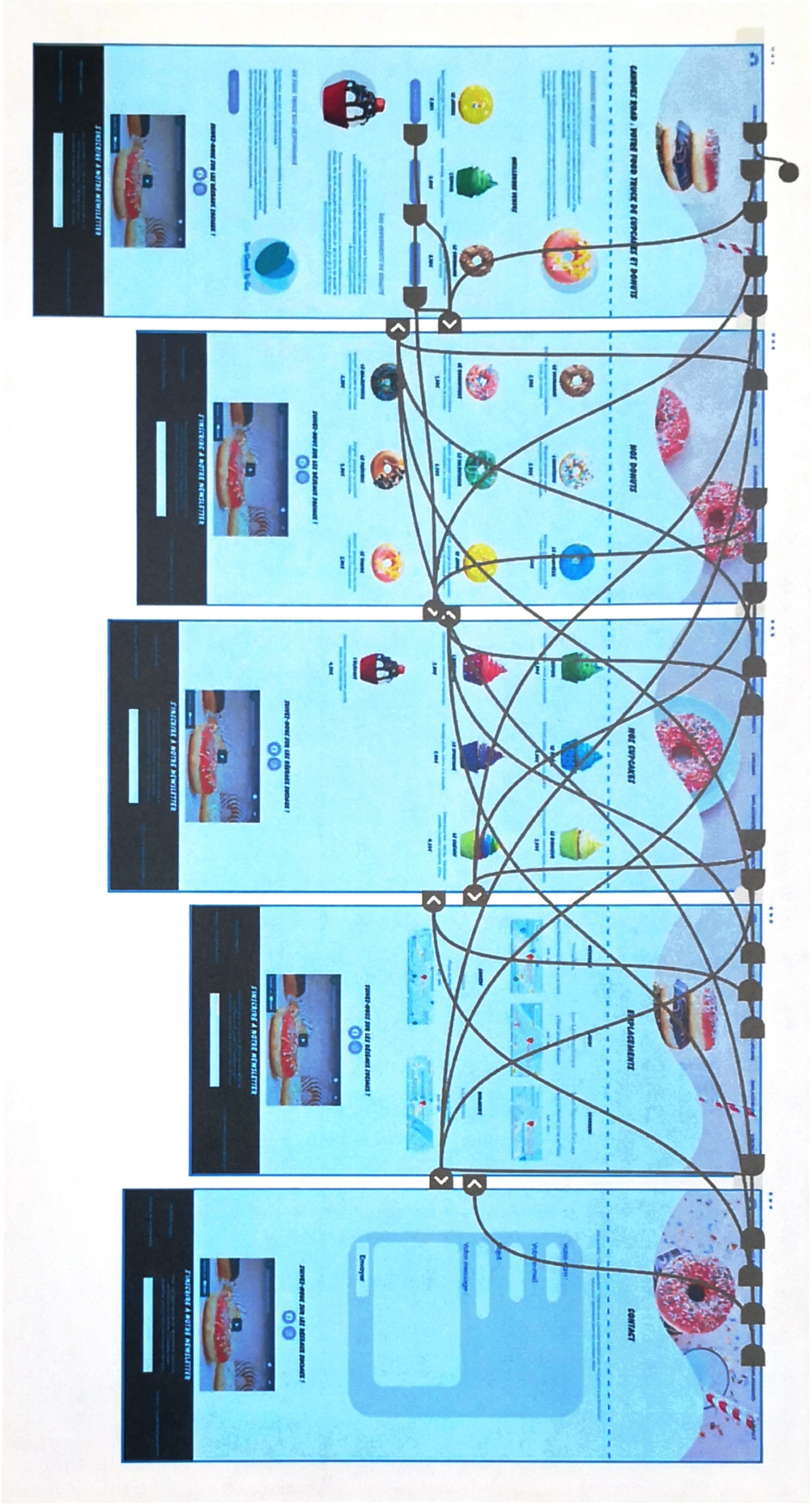
04 - Maquette ...
EMPLACEMENTS
MERCREDI
Versailles
Place Marché 4 Rue Ducis
10h - 18h
JEUDI
Issy-Les-Moulineaux
4 Place Jacques Madaule
11h - 16h
VENDREDI
Saint-Germain-En-Laye
Place du Marché 27 rue de Poissy
11h - 16h
SAMEDI
Boulogne
Place du Marché
10h - 18h
DIMANCHE
La Défense
Esplanade de La Défense
10h - 18h
SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX !
S'INSCRIRE A NOTRE NEWSLETTER

05 - Maquette ...
CONTACT
Une question ? Une suggestion ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous grâce à ce formulaire ! Nous vous répondrons dans les meilleurs délais
SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX !
S'INSCRIRE A NOTRE NEWSLETTER

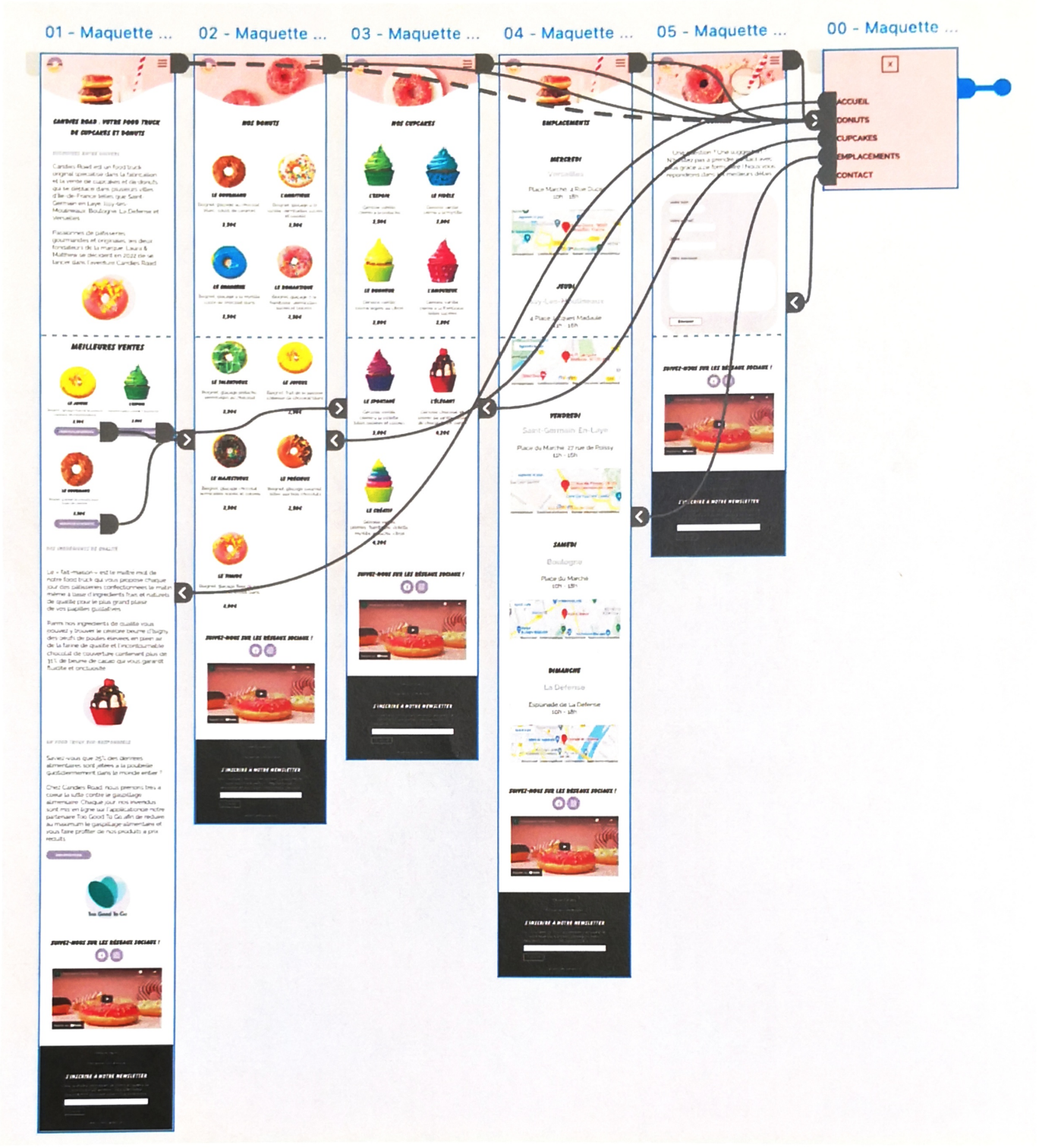

00 - Maquette ...
X
ACCUEIL
DONUTS
CUPCAKES
EMPLACEMENTS
CONTACT

5.2.5 Prototype

MAQUETTE FINALE DESKTOP



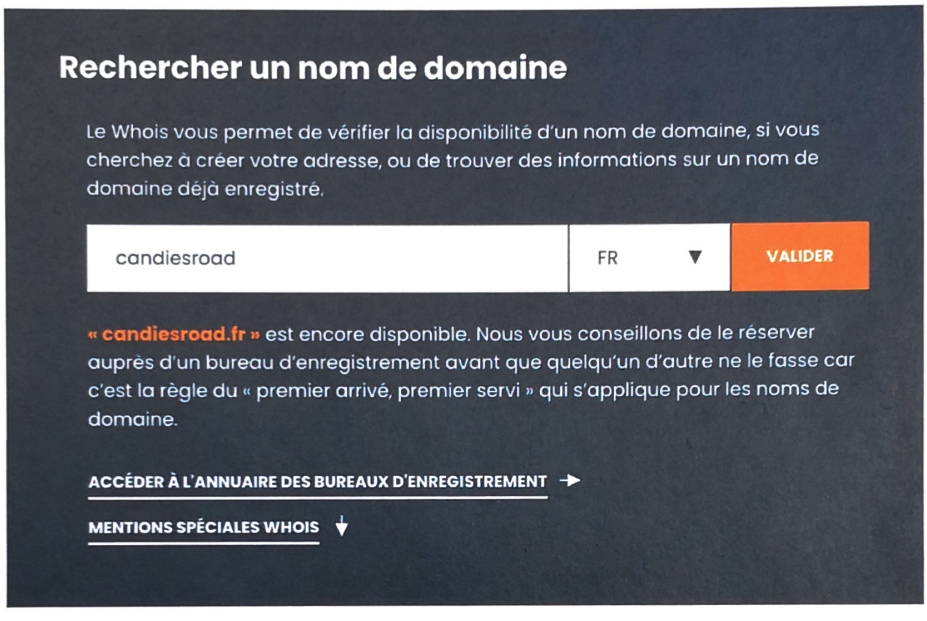
MAQUETTE FINALE MOBILE



5.3 Intégration du site

Pour rappel, l'objectif de notre site internet est d'accroître notre visibilité et d'informer nos clients et futurs clients sur notre food truck et notamment sur les produits proposés et les emplacements où nous trouver.

5.3.1 Spécifications fonctionnelles : le nom de domaine



Le nom de domaine de notre site est candiesroad.fr

Il est composé de deux élements :

- Le nom de notre marque et food truck : CANDIES ROAD

Candies Road s'explique par le mot «Candies» qui signifie sucreries en anglais. Il peut également faire référence à l'univers sucré de nos donuts et cupcakes.
Le mot «Road» quant à lui signifie route en anglais ce qui est pertinent pour notre activité puisque pour rappel nous exerçons dans un food truck qui se déplace et roule dans plusieurs villes d'Île-de-France.

- L'extension .FR nous permet de donner une certaine proximité avec le public français. Il est également facteur d'amélioration pour le référencement auprès des moteurs de recherche.

5.3.2 Spécifications fonctionnelles : l'hébergement

Nom de l'hébergeur : PlanetHoster

Adresse : PlanetHoster – 4416 Louis-B.-Mayer – Laval, Québec – Canada – H7P 0G1

Choix de l'offre d'hébergement : Hébergement web illimité à 6€ TTC par mois.
L'offre inclut un nom de domaine gratuit à vie.

Nous avons choisi l'hébergeur PlanetHoster pour héberger notre site Internet.
Il offre à ses utilisateurs une gamme de solutions complète pour nos besoins en allant de l'hébergement au stockage, des noms de domaine ou bien des serveurs privés et dédiés.
PlanetHoster propose un stockage illimité, que ce soit au niveau de l'espace disque que pour la base de données.

5.3.3 Présentation du site : front-end

Voici quelques parties du site internet que nous avons réalisé.
La page d'accueil informe les utilisateurs sur notre food truck, nos produits ainsi que notre partenariat avec Too Good To Go.
Les pages donuts et cupcakes présentent les produits, les saveurs ainsi que le prix.
Le bas de notre page, le footer, quant à lui dirige nos utilisateurs vers nos réseaux sociaux ainsi que l'inscription à notre newsletter.

PAGE D'ACCUEIL

CANDIES ROAD : VOTRE FOOD TRUCK DE CUPCAKES ET DONUTS

DES INGRÉDIENTS DE QUALITÉ

Le « fait-maison » est le maître mot de notre food truck qui vous propose chaque jour des pâtisseries confectionnées le matin même à base d'ingrédients frais et naturels de qualité pour le plus grand plaisir de vos papilles gustatives

Parmi nos ingrédients de qualité vous pouvez y trouver le célèbre beurre d'Isigny, des oeufs de poules élevées en plein air, de la farine de qualité et l'incontournable chocolat de couverture contenant plus de 31% de beurre de cacao qui vous garantit fluidité et onctuosité

UN FOOD TRUCK ECO-RESPONSABLE

Saviez-vous que 25% des denrées alimentaires sont jetées à la poubelle quotidiennement dans le monde entier ?

Chez Candies Road, nous prenons très à coeur la lutte contre le gaspillage alimentaire. Chaque jour, nos invendus sont mis en ligne sur l'application de notre partenaire Too Good To Go afin de réduire au maximum le gaspillage alimentaire et vous faire profiter de nos produits à prix réduits

TOO GOOD TO GO

Too Good To Go

PAGE CUPCAKES

L'ESPOIR

Génoise vanille, crème à la pistache

3,80€

LE FIDÈLE

Génoise vanille, crème à la myrtille

3,80€

LE BONHEUR

Génoise vanille, crème légère au citron

3,80€

L'AMOUREUX

Génoise vanille, crème à la framboise, billes sucrées et colorées

LE SPONTANÉ

Génoise vanille, crème à la violette et billes sucrées et colorées

LE CRÉATIF

Génoise vanille, crèmes, framboise, violette, myrtille, pistache, citron

PAGE DONUTS

LE GOURMAND

Beignet, glaçage au chocolat blanc, coulis de caramel

3,50€

L'AMBITIEUX

Beignet, glaçage à la vanille, vermicelles sucrés

3,50€

LE CHANCEUX

Beignet, glaçage à la myrtille, coulis de chocolat blanc

3,50€

LE ROMANTIQUE

Beignet, glaçage à la framboise, vermicelles sucrés et colorés

3,50€

LE TALENTUEUX

Beignet, glaçage à la pistache, vermicelles au chocolat

3,50€

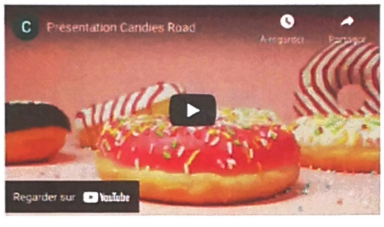
LE JOYEUX

Beignet, glaçage au fruit de la passion, copeaux de chocolat blanc

3.50€

FOOTER

SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



S'INSCRIRE À NOTRE NEWSLETTER

Vous souhaitez recevoir les dernières actualités de votre food truck préféré ? Rejoignez notre newsletter en inscrivant votre e-mail ci-dessous :

Mentions légales

Politique de confidentialité

candies road@gmail.com

S'inscrire

PAGE CONTACT

CONTACT

Une question ? Une suggestion ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous grâce à ce formulaire ! Nous vous répondrons dans les meilleurs délais.

Votre nom

Votre e-mail

Objet

Votre message

Envoyer

5.3.4 Présentation du site : back-end

RÉGLAGES GÉNÉRAUX

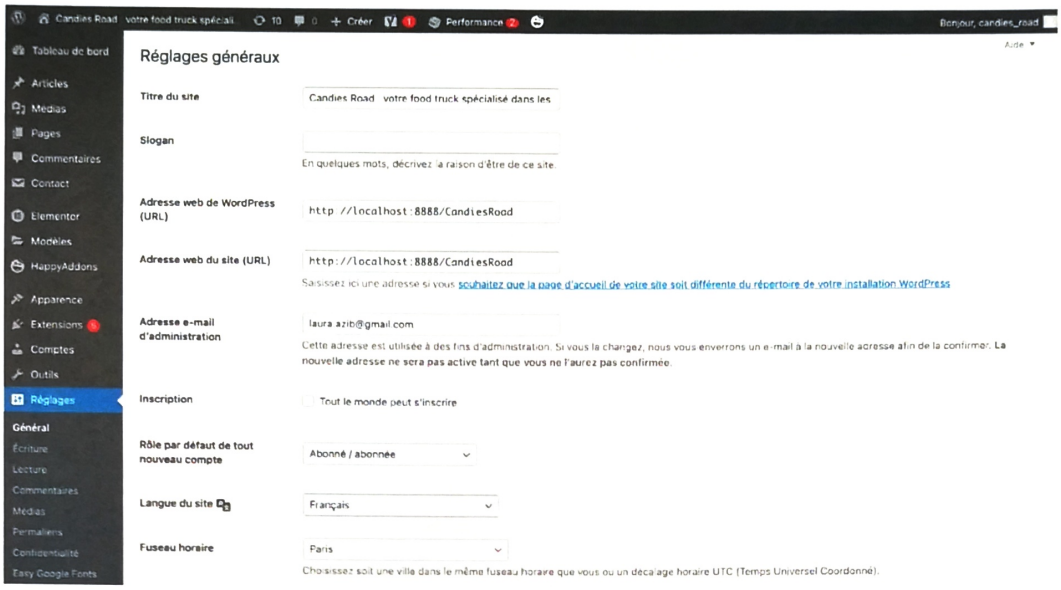
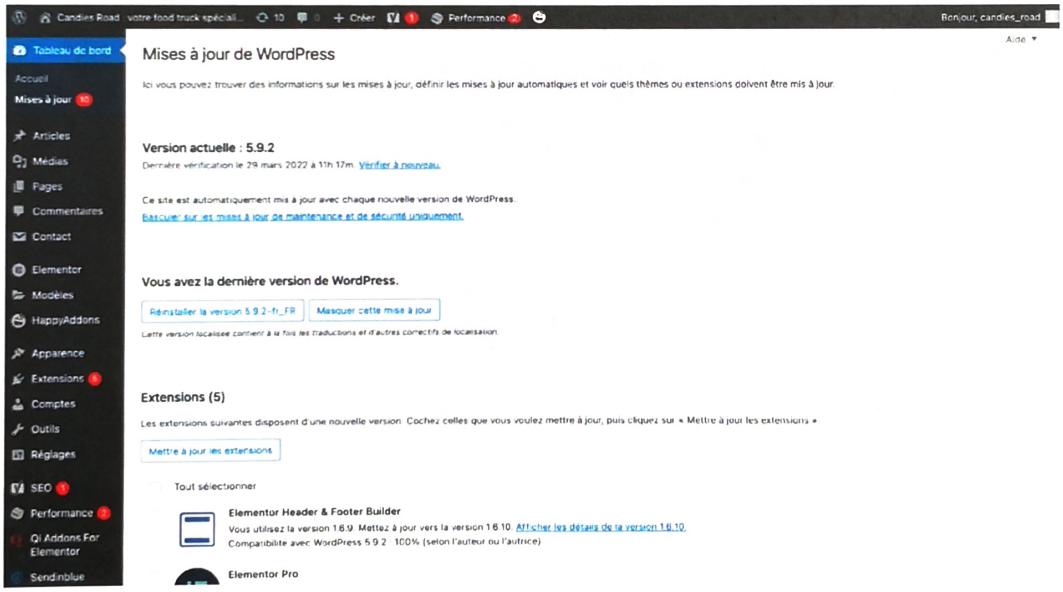


TABLEAU DE BORD



5.3.5 Spécifications techniques

PLUGINS UTILISÉS	
APPELLATION	**DESCRIPTION**
WORDPRESS 5.9.2	WordPress est un système de gestion de contenu gratuit libre et open-source. Ce logiciel écrit en PHP repose sur une base de données MySQL et est distribué par la fondation WordPress.org
ELEMENTOR	Elementor Ltd. est une société de logiciels fournissant des services de développement Web. Le constructeur de sites Web Elementor permet aux utilisateurs de WordPress de créer et de modifier des sites Web en utilisant la technique du glisser-déposer.
YOAST SEO	Yoast SEO est un plug-in d' optimisation des moteurs de recherche (SEO) pour WordPress . Le plugin compte cinq millions d'installations actives et a été téléchargé plus de 350 millions de fois.
CONTACT FORM 7	Contact Form 7 est une extension WordPress gratuite pour créer des formulaires de contact simplement et rapidement. Flexible grâce à la présence de nombreux champs personnalisables, elle permet aussi de lutter contre le spam.

PLUGINS UTILISÉS	
APPELLATION	**DESCRIPTION**
HAPPY ELEMENTOR ADDONS	HappyAddons est une collection de widgets lisses, fortement personnalisables et à la mode pour Elementor.
SENDINBLUE	Sendinblue est un outil de service qui vous aide à exécuter, mesurer et automatiser vos campagnes marketing et la gestion de votre audience, vous permettant de lier votre site WordPress aux services Sendinblue.
W3 TOTAL CACHE	W3 Total Cache est une extension qui améliore les performances et l'expérience utilisateur de votre site internet.

5.4 Analyses du site réalisé

5.4.1 Audit technique

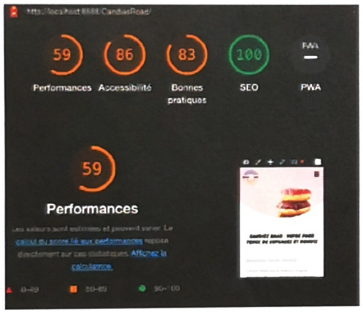
Notre audit technique va nous permettre de voir comment fonctionne notre site web et s'il présente des erreurs qui peuvent impacter sa performance et son accessibilité.

Après un premier rapport généré avec Lighthouse, nous avons effectué des modifications en tenant compte des erreurs ciblées notamment sur le format de nos images et la compression du texte sur notre site internet. L'extension W3 TOTAL CACHE nous a aidé à améliorer nos performances afin d'obtenir un résultat plus positif. Nous avons également converti nos images en webp qui est plus adapté pour le web.

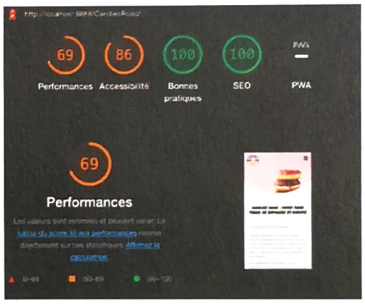
Pour espérer avoir un résultat encore plus positif côté mobile nous devrons nous concentrer sur :
- Éliminer les ressources bloquant le rendu
- Réduire le CSS inutilisé
- Réduire le temps de réponse du serveur

PAGE D'ACCUEIL VERSION MOBILE

AVANT

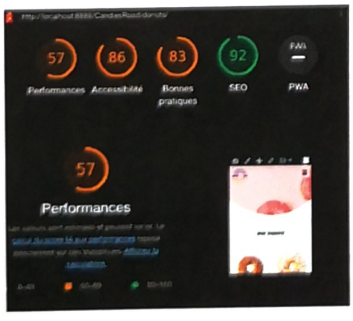


APRÈS

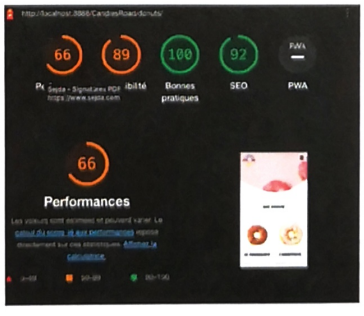


PAGE DONUTS VERSION MOBILE

AVANT

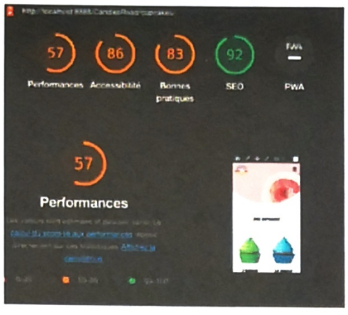


APRÈS

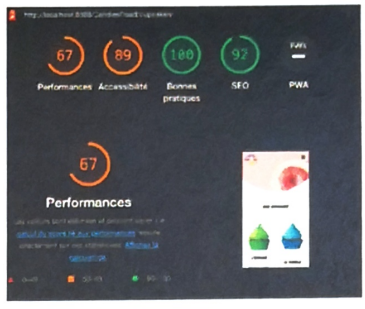


PAGE CUPCAKES VERSION MOBILE

AVANT

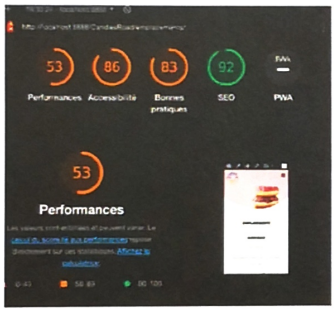


APRÈS

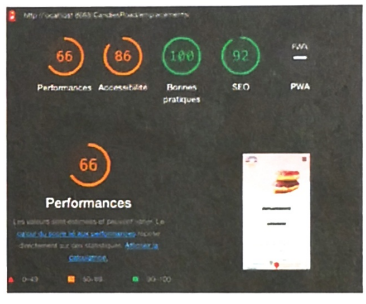


EMPLACEMENTS VERSION MOBILE

AVANT

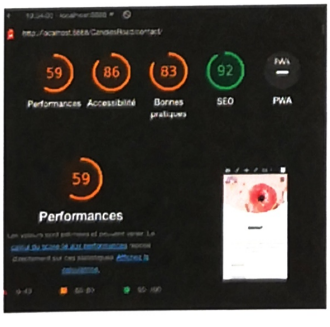


APRÈS

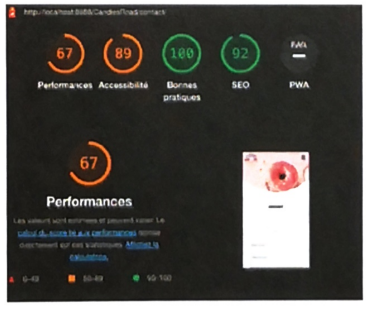


PAGE CONTACT VERSION MOBILE

AVANT

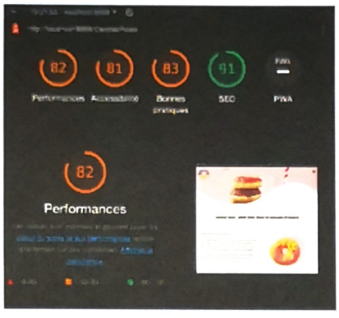


APRÈS

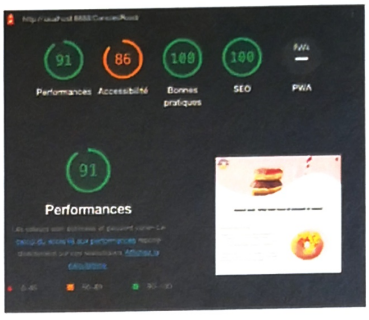


PAGE D'ACCUEIL VERSION DESKTOP

AVANT

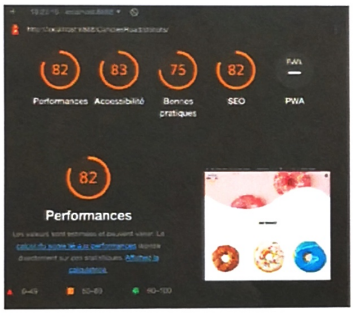


APRÈS

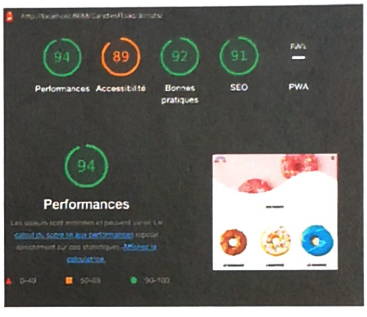


PAGE DONUTS VERSION DESKTOP

AVANT

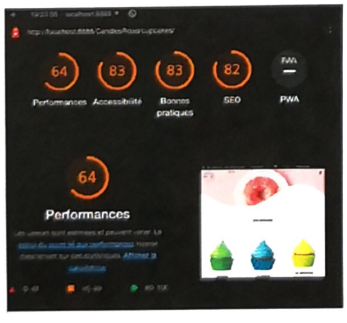


APRÈS

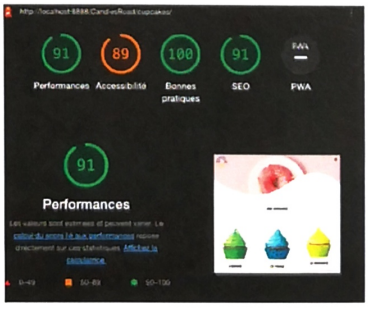


PAGE CUPCAKES VERSION DESKTOP

AVANT

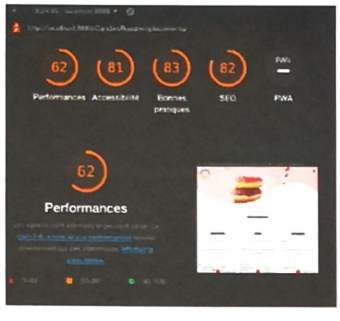


APRÈS



EMPLACEMENTS VERSION DESKTOP

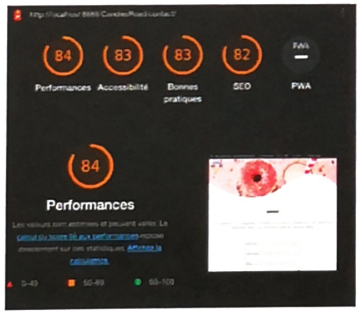
AVANT



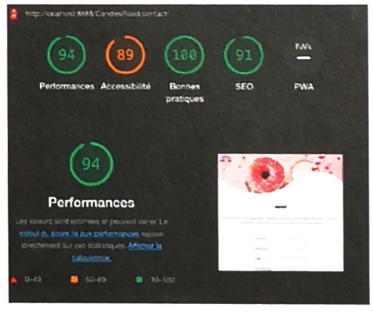
APRÈS

PAGE CONTACT VERSION DESKTOP

AVANT



APRÈS



5.4.2 Audit SEO

L'audit SEO de notre site internet varie entre 92 et 100 selon les pages.
Cet audit montre que notre site internet suit les conseils de base concernant le référencement naturel.

5.4.3 Tests Utilisateurs

La mise en place de tests utilisateurs pour notre site internet va nous permettre de nous assurer que la navigation et les fonctionnalités proposées sont conformes et faciles d'utilisation. Ces tests vont également nous permettre d'observer le comportement des utilisateurs sur notre interface et ainsi identifier les éventuels freins à son utilisation.

Notre grille de questionnement peut être aussi bien proposée à notre coeur de cible qu'à d'autres potentiels utilisateurs.

Voici quelques exemples :

Louise et Julien - en couple
32 et 34 ans
Comptable et professeur des écoles

Isabela - mariée et deux enfants
47 ans
Mère au foyer

Maxime - célibataire
25 ans
Étudiant

Paul
64 ans
Retraité

	MAUVAIS	MOYEN	BON	TRÈS BON
NAVIGATION				
La rapidité d'exécution entre les différentes pages				
Le menu du site est facilement compréhensible				
Le nombre de clics pour accéder à l'information recherchée				
Les emplacements de notre food truck sont facilement accessibles				
DESIGN				
Le contraste entre les différentes couleurs du site				
L'univers sucré de nos produits est-il reconnaissable				
Les photos diffusées sont de bonne qualité				
CONTENU				
La page d'accueil vous donne suffisamment d'informations				
Les produits proposés (donuts et cupcakes) assez détaillés				

5.5 Conclusions relatives au site internet

Pour rappel, suite à la lecture du cahier des charges en début de projet, notre site internet devait être facile d'accès et intuitif. Il devait comporter au maximum 7 pages selon le modèle suivant :

- la page d'accueil
- la page donuts
- la page cupcakes
- la page emplacements
- la page contact
- les mentions légales
- la politique de confidentialité

Le site est réalisé et correspond aux demandes précisées dans le cahier des charges.
Nous comptons ajouter dans notre footer une «FAQ» (foire à questions)
Nous envisageons de mettre en place très prochainement un partenariat avec Uber Eats et Deliveroo et d'en faire la promotion sur notre site.
Nous souhaitons également élargir notre gamme de produits en proposant à notre clientèle des smoothies fruités et en créer la page sur notre site.

06. COMMUNICATION

La communication autour de notre projet est primordiale.

Une présence forte sur les plateformes numériques nous permet de gagner en notoriété, d'accroître notre visiblité et par conséquent de nous développer.

Les éléments mis en place pour mener à bien cette communication sont les suivants :

- Un site Internet
- Une vidéo promotionnelle
- Un flyer promotionnel
- Une stratégie social media

6.1 Déclinaison de l'identité visuelle

Notre identité visuelle est la carte d'identité de notre entreprise. Elle représente notre activité, nos produits, notre univers en général et doit être reconnaissable par nos potentiels clients.

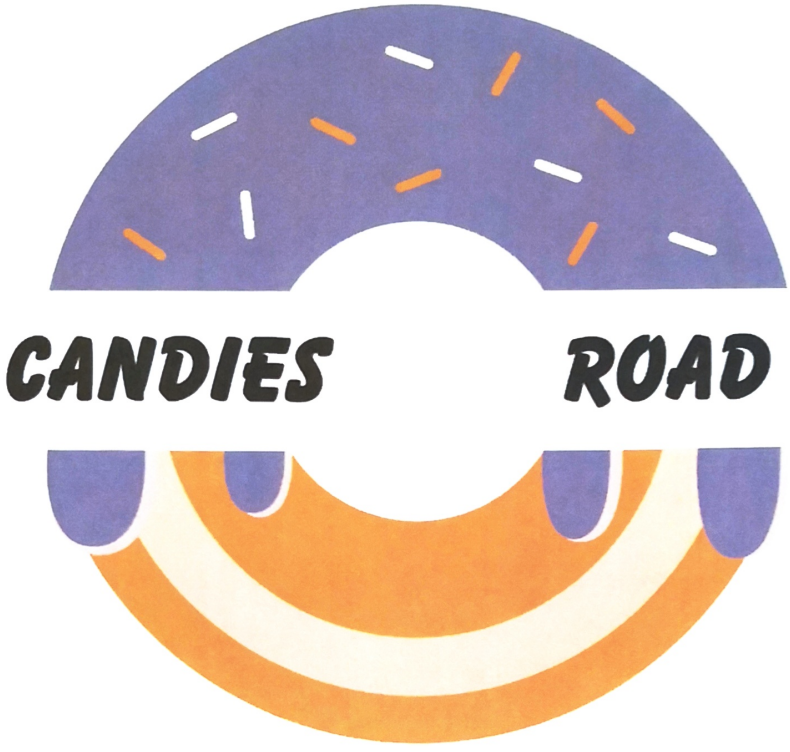
Nous avons mis en place pour la vente de nos cupcakes et donuts, une boîte permettant à nos clients de les transporter de manière très pratique et avons décliné notre identité visuelle sur celle-ci.

6.1.1 Outils utilisés

OUTILS UTILISÉS	
APPELLATION	**DESCRIPTION**
ADOBE PHOTOSHOP	Photoshop est un logiciel de retouche, de traitement et de dessin assisté par ordinateur. Édité par Adobe, il est principalement utilisé pour le traitement des photographies numériques.
ADOBE ILLUSTRATOR	Adobe Illustrator est un logiciel de création graphique vectorielle. Il fait partie de la gamme Adobe, peut être utilisé indépendamment ou en complément de Photoshop et offre des outils de dessin vectoriel puissants.

6.1.2 Identité visuelle - Boîte Produits

Logo



Typographie

BALLOON D

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Planche de couleurs

C	100%	R	0
M	100%	V	0
J	100%	B	0
N	100%		
		#00000	

C	11%	R	230
M	18%	V	215
J	0%	B	235
N	0%		
		#E6D7EB	

C	38%	R	171
M	45%	V	148
J	0%	B	198
N	0%		
		#AB94C6	

C	5 %	R	244
M	16%	V	221
J	19%	B	207
N	0%		
		#F4DDCF	

C	6%	R	236
M	34%	V	181
J	46%	B	142
N	0%		
		#ECB58E	

6.1.3 Mock-up

6.1.4 Conclusion de la déclinaison de l'identité visuelle

La déclinaison de notre identité visuelle sur différents supports (le mock-up de boîte de donuts et cupcakes dans cet exemple) est importante puisqu'elle nous permet d'aller plus loin dans la communication de notre marque.

Au delà des supports numériques que nous connaissons comme les sites internets, les vidéos, les réseaux sociaux etc, il ne faut pas oublier que notre entreprise propose à la vente des produits bels et biens physiques qui nécessitent un emballage à l'effigie de notre identité visuelle qui tourne autour de notre logo Candies Road.

6.2 Vidéo promotionnelle

Une vidéo promotionnelle est de nos jours un outil de communication incontournable.

Notre vidéo a pour objectif mettre en avant notre entreprise, les produits que nous proposons à la vente ainsi que les emplacements de notre food truck dans le but d'attirer de nouveaux clients et de nous faire connaître.

En plus d'informer sur notre entreprise et nos produits, notre vidéo va nous permettre de diriger nos futurs clients vers notre site internet et nos réseaux sociaux afin d'en savoir plus sur notre concept.

6.2.1 Outils utilisés

OUTILS UTILISÉS	
APPELLATION	**DESCRIPTION**
ADOBE AFTER EFFECTS	Adobe After Effects est un logiciel, à l'origine, de montage vidéo qui est devenu par la suite un outil de composition et d'effets visuels, pionnier de l'animation graphique. Il est édité par la société Adobe Systems.
ADOBE PREMIERE PRO	Adobe Premiere Pro, anciennement appelé Adobe Premiere est un logiciel de montage vidéo. Il est intégéré aux versions Production Premium et Master Collection de la Creative Suite.

6.2.2 Identité visuelle - Vidéo

Les éléments de notre identité visuelle qui apparaissent dans notre vidéo sont les suivants :

Logo

Deux animations : une au début et une à la fin de notre vidéo promotionnelle.
Ces animations mettent en avant le logo de la marque.

La typographie du logo Candies Road - Balloon D

Tout au long de la vidéo, les textes sont écrits avec la police Balloon D qui est la police de notre logo.

Cette police est moderne, arrondie nous rappelle l'univers joyeux des cupcakes et donuts. Elle est également très agréable à lire. Un contour y a été ajouté pour les textes de la vidéo, permettant une meilleure lisibilité.

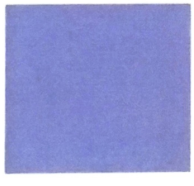
BALLOON D

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

La planche de couleurs :

C	11%	R	230
M	18%	V	215
J	0%	B	235
N	0%		
		#E6D7EB	



C	38%	R	171
M	45%	V	148
J	0%	B	198
N	0%		
		#AB94C6	

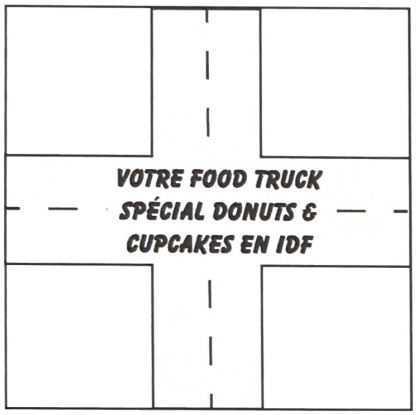
Moodboard

6.2.3 Storyboard

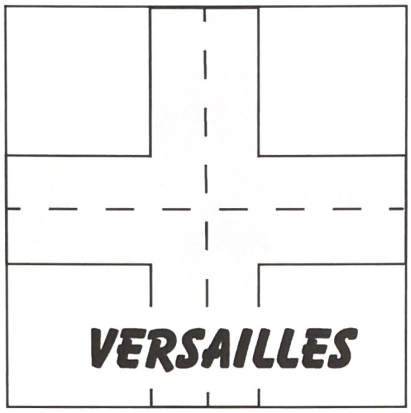
Fond noir 1 seconde

Apparition du logo
100 à 0% opacité
(Fond de couleur violet)

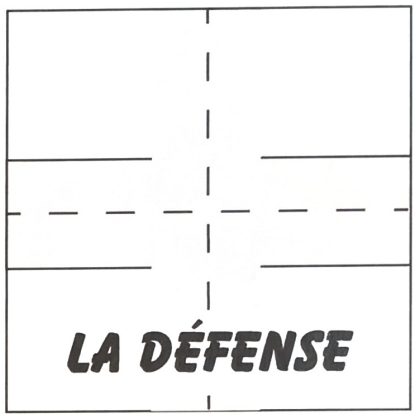
Disparition du logo
avec des crocs dedans
(animation)



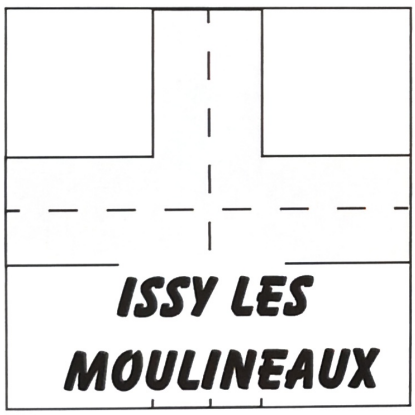
Texte qui apparaît
avec effet de retournement
Vidéo de fond : route



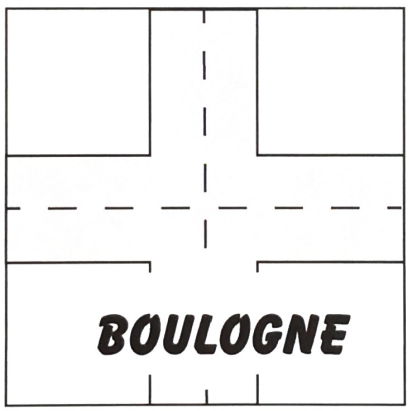
Apparition du texte
«Versailles»



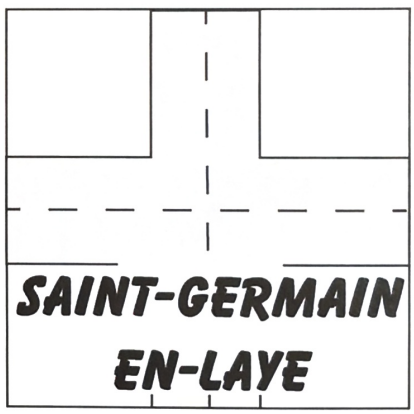
Apparition du texte
«La défense»



Apparition du texte
«Issy-les-moulineaux»

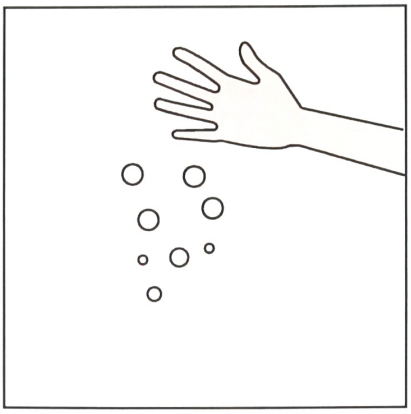


Apparition du texte
«Boulogne»

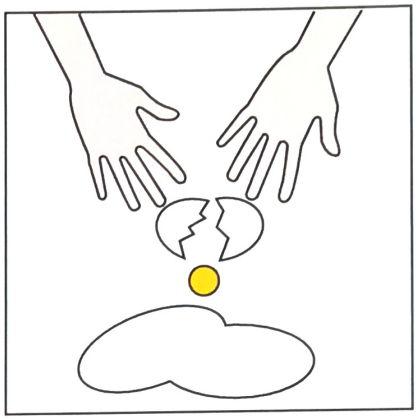


Apparition du texte
«Saint-germain-en-laye»

Apparition texte
zoom arrière



Jeté de farine de
haut vers le bas

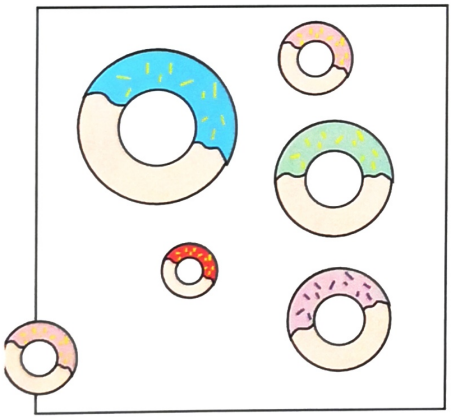


Cassage oeuf qui tombe dans
la farine

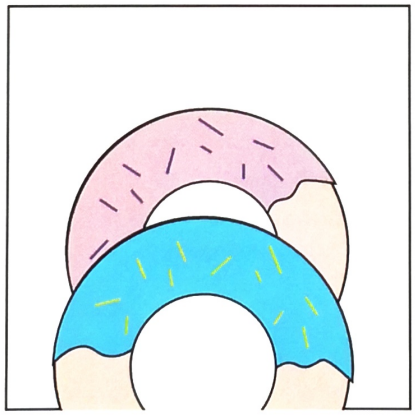
Apparition ductexte
rotation 360° + zoom arrière

Apparition du texte
zoom arrière

Apparition du texte
rotation
360° + zoom arrière



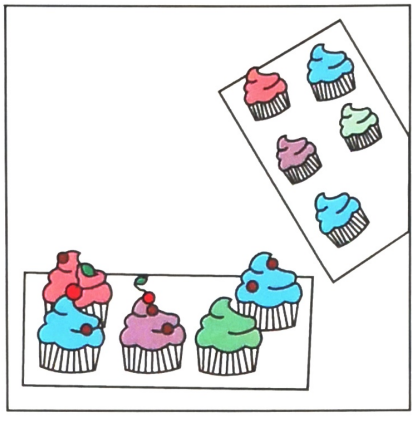
Zoom avant sur vidéo donuts



Zoom arrière sur vidéo donuts

Zoom arrière sur le texte

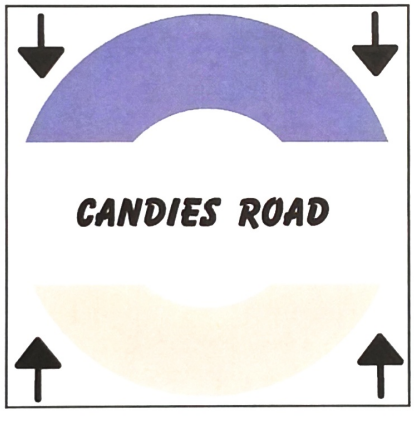
Zoom avant sur vidéo cupcakes



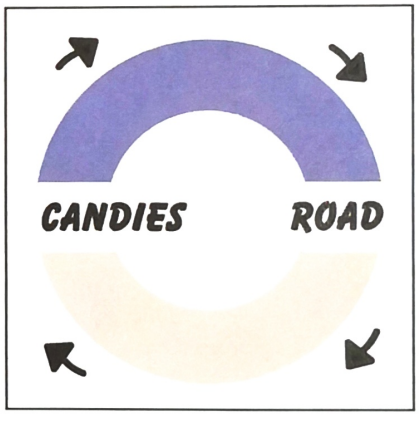
Zoom arrière sur vidéo cupcakes

Opacité 100% à 0% texte qui apparaît

Texte qui apparaît



Apparition du logo par le bas et par le haut apparition du texte avec opacité 100 à 0%

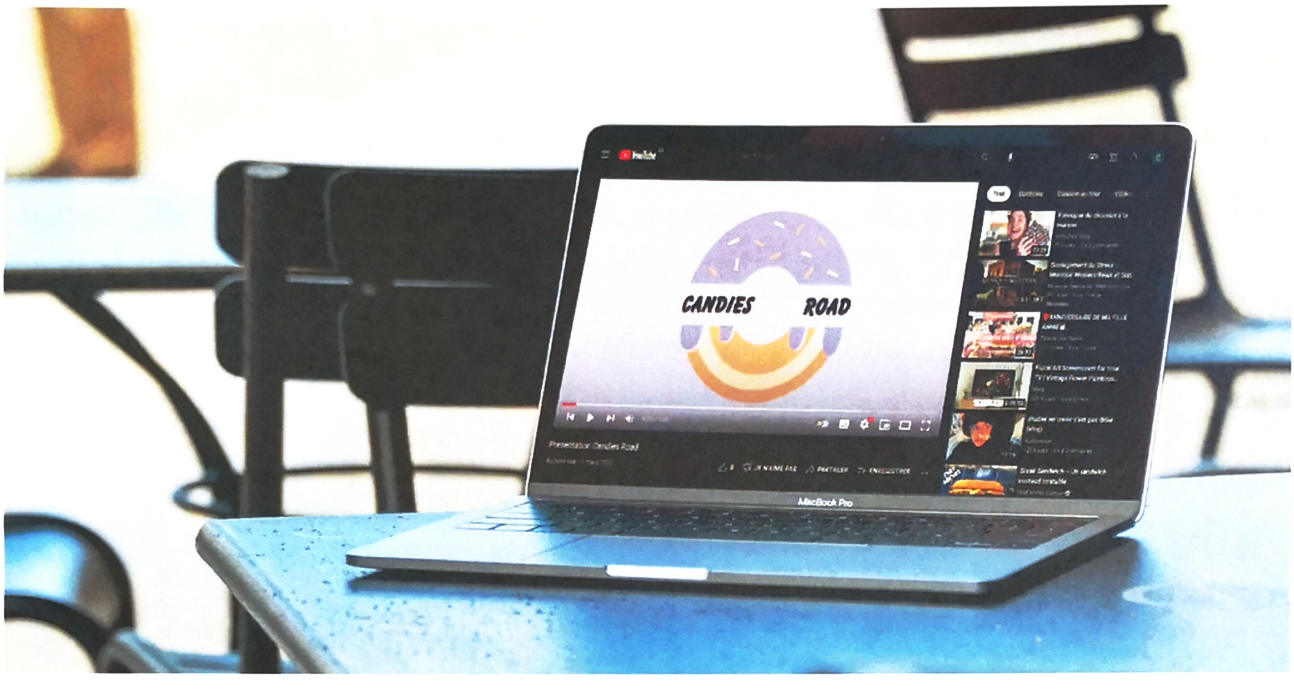


Logo Donut qui roule vers la droite pour partir

6.2.4 Mock-up

Mise en situation sur un MackBook Pro de notre vidéo promotionnelle mise en ligne sur Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=vGsVbTBzyL4



6.2.5 Conclusion sur la vidéo promotionnelle

La réalisation de notre vidéo promotionnelle est un excellent moyen de communiquer autour de notre food truck Candies Road de manière ludique et agréable.

Une vidéo se partage facilement sur les réseaux sociaux ce qui est bénéfique pour l'entreprise et nous permet de maximiser les visites sur notre site web, nos réseaux sociaux.
Elle sert également à susciter l'envie de nos futurs clients à venir tester nos produits et à nous rencontrer.

La musique de fond qui a été choisie est douce et met de bonne humeur ce qui permet d'associer notre marque à un ressenti positif.

6.3 Support imprimé

La création d'un support imprimé est un véritable plus de nos jours pour élargir notre communication autour de notre food truck.

Notre support imprimé a pour objectif d'informer de façon claire et agréable les gros points de notre concept.
L'idée a été de mettre en avant les deux sortes de produits que nous proposons à la vente (cupcakes et donuts), la qualité de ces produits, le 100% fait-maison, les villes dans lesquelles nos futurs clients peuvent nous trouver ainsi que notre site internet et nos réseaux sociaux.

La distribution de flyer est une approche plus personnelle que les autres outils de communication puisque nous venons à la rencontre de nos potentiels futurs clients.

C'est également un excellent moyen de communiquer à propos de notre food truck pour un public qui serait moins dans l'ère numérique.

6.3.1 Outils utilisés

OUTILS UTILISÉS	
APPELLATION	**DESCRIPTION**
ADOBE ILLUSTRATOR	Adobe Illustrator est un logiciel de création graphique vectorielle. Il fait partie de la gamme Adobe, peut être utilisé indépendamment ou en complément de Photoshop et offre des outils de dessin vectoriel puissants.
ADOBE INDESIGN	Adobe InDesign est un logiciel de PAO produit par Adobe Systems. Initialement conçu pour créer des oeuvres telles que des affiches, dépliants, brochures, magazines, journaux ou livres, il permet également de publier plusieurs types de contenus adaptés aux tablettes lorsque utilisé avec Adobe DPS.

6.3.2 Identité visuelle - Support imprimé

Logo

Typographie

BALLOON D

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

La police Balloon D a été utilisée dans notre support imprimé pour indiquer les villes où nous sommes situés ainsi que pour nos réseaux sociaux et le mot «FOOD TRUCK» situé des deux côtés du flyer.

Raleway
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

La police Raleway a été utilisée dans notre support imprimé pour indiquer les spécificités de notre concept (100% fait-maison, déplacements réguliers etc).

La planche de couleurs :

C	100%	R	0
M	100%	V	0
J	100%	B	0
N	100%		
		#00000	

C	11%	R	230
M	18%	V	215
J	0%	B	235
N	0%		
		#E6D7EB	

C	38%	R	171
M	45%	V	148
J	0%	B	198
N	0%		
		#AB94C6	

C	6%	R	237
M	30%	V	196
J	10%	B	208
N	0%		
		#EDC4DD	

6.3.3 Réalisation

RECTO

VERSO

CANDIES ROAD

FOOD TRUCK

CÔTÉ CUPCAKES

- Île-de-France
- 100% maison
- Pâtisseries gourmandes

CANDIESROAD.FR

@CANDIESROAD

@CANDIESROAD

6.3.4 Conclusion sur le support imprimé

Notre support imprimé reste un excellent moyen de communication pour notre concept malgré une ère presque entièrement digitalisée.

Il attire l'attention et donne envie d'être lu grâce à ses couleurs agréables et ses photos recto/verso de cupcakes et donuts.

Il donne des informations à son lecteur concernant notre activité, notamment les villes où nous sommes situés ainsi que nos réseaux sociaux et notre site internet.

6.4 Social Media Marketing

La communication à travers les médias sociaux est aujourd'hui d'une importance capitale pour le développement d'une entreprise.

Les différentes actions menées lors de notre stratégie social media vont nous permettre d'augmenter l'acquisition de nouveaux clients, de développer notre notoriété, notre visibilité et notre e-réputation.
Ces différentes actions vont également diriger nos potentiels futurs clients vers notre site web et ainsi lui générer une source de trafic supplémentaire.

Notre contenu va nous permettre de renforcer l'image de marque que nous avons créée, de montrer à nos clients que nous sommes proches d'eux et qu'ils peuvent s'adresser à nous directement à travers les médias sociaux tout en instaurant une relation de confiance.

6.4.1 Outil utilisé

OUTIL UTILISÉ	
APPELLATION	**DESCRIPTION**
TRELLO	Trello est un application web permettant d'organiser des projets en listant des tâches sous formes de cards et de les attribuer à certains utilisateurs. L'ajout de fonctionnalités supplémentaires par le biais d'extensions permet d'élargir les possibilités de l'application.

6.4.2 Identité visuelle

Logo

La planche de couleurs :

C	100%	R	0
M	100%	V	0
J	100%	B	0
N	100%		
		#00000	

C	11%	R	230
M	18%	V	215
J	0%	B	235
N	0%		
		#E6D7EB	

C	38%	R	171
M	45%	V	148
J	0%	B	198
N	0%		
		#AB94C6	

Moodboard

6.4.3 Objectifs

OBJECTIFS		MESURABLES		QUAND
- Développer notre communauté sur les réseaux sociaux	>	Facebook : 250 abonnés Instagram : 750 abonnés	>	6 mois après le lancement de notre stratégie social media
- Augmenter l'engagement des internautes	>	Taux d'engagement Facebook : 3% Taux d'engagement Instagram : 2%	>	
- Augmenter la visibilité de notre site internet	>	30 visites journalières	>	

6.4.4 Médias

Notre premier choix pour notre stratégie social media est le réseau social Facebook.

Facebook compte plus de 3 milliards d'utilisateurs dans le monde dont 46,4 millions d'utilisateurs par mois en France. Ses utilisateurs sont très variés avec une moyenne d'âge allant de 18 à 49 ans ce qui en fait un réseau social très intérèssant pour communiquer sur notre projet et cibler différentes tranches d'âge.
Les 55-65 ans sont également de plus en plus intéressés par son utilisation.

Ces chiffres nous démontrent donc que nous avons de très fortes chances d'y retrouver les cibles que nous avons défini pour acquérir une plus grande visibilité, favoriser notre notoriété, notre e-réputation et fidéliser nos clients notamment grâce à des jeux concours.

Il offre également la possibilité de suivre les statistiques de notre page et donc de voir notre évolution.

Notre second choix pour notre stratégie social media est le réseau social Instagram.

Instagram compte plus de 1,2 milliards d'utilisateurs actifs dans le monde dont 22 millions d'utilisateurs par mois en France. Ses utilisateurs ne sont pas les mêmes que pour le réseau social précédent Facebook.
Instagram se démarque particulièrement chez les jeunes de 16-24 ans suivi de près par les 25-34 ans qui attendent de ce réseau des visuels de qualité puisque le principe même d'Instagram est le partage de photos et de vidéos courtes.

Grâce à son utilisation, nous allons pouvoir toucher une cible un peu plus jeune que celui de Facebook et donc élargir notre communication au maximum.

Il nous permet également de créer un compte professionnel et 68% de ses utilisateurs échangent avec les marques qu'ils ont décidé de suivre ce qui facilite la communication et va nous permettre d'installer une relation de confiance entreprise/clients.

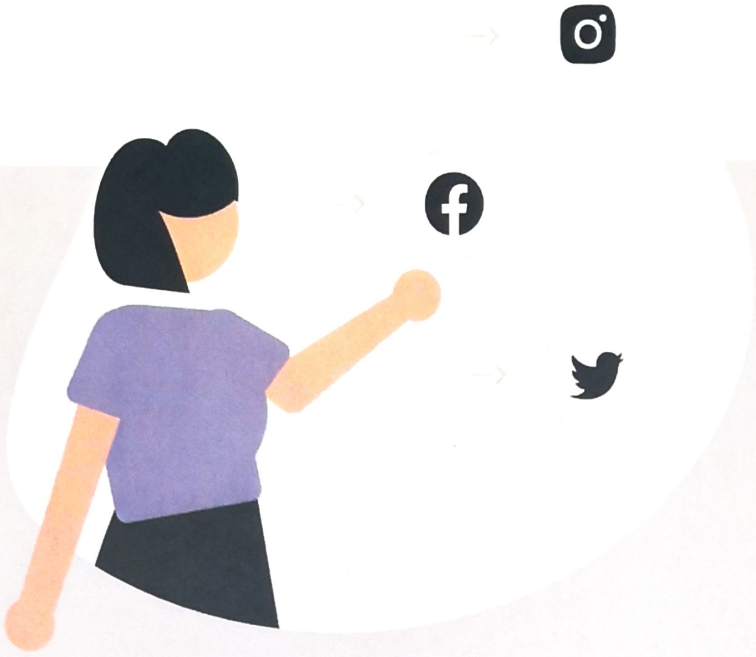
6.4.5 Ligne éditoriale

Facebook

L'objectif principal de notre communication sur Facebook est de développer notre communauté et son engagement envers notre marque.

L'utilisation de Facebook pour notre stratégie social media va nous permettre de gagner en visibilité, de plus, il dispose d'un bon référencement naturel (SEO) ce qui ne peut être que bénéfique pour notre entreprise.

Persona



JULIE CHEVALIER
34 ANS
MARIÉE - 3 ENFANTS
SECRÉTAIRE MÉDICALE

PERSONNALITÉ :

* Attentionnée
* Influençable
* Active

HABITUDES/COMPORTEMENT :

* Lire l'actualité de ses marques sur Facebook
* À la recherche de nouvelles expériences culinaires
* Référente parents d'élèves des écoles de ses enfants

AXEL POIRET
47 ANS
MARIÉ - 1 ENFANT
PROFESSEUR

PERSONNALITÉ :

* Curieux
* Actif
* Sociable

HABITUDES/COMPORTEMENT :

* Scroller les réseaux sociaux à sa pause déjeuner
* À la recherche d'idées goûters pour son fils de 7 ans
* Partager ses découvertes avec ses amis sur les réseaux

Ton et thématique

TON

* Vouvoiement des abonnés
* Dialogue décontracté et fun dans le respect des abonnés

THÉMATIQUE

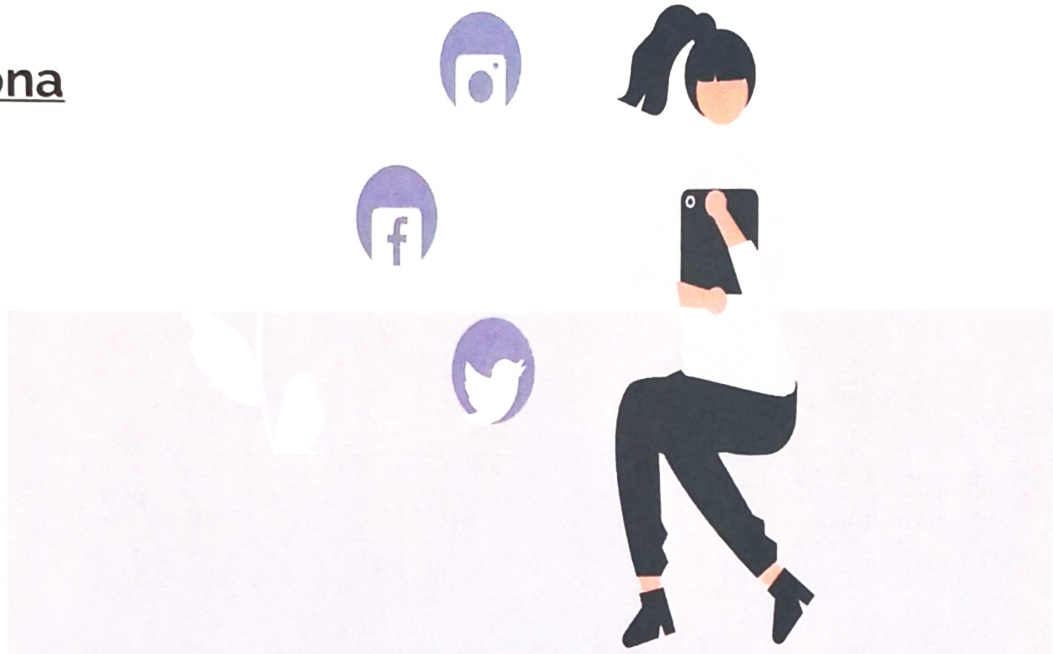
La thématique de nos publications sur Facebook est de mettre en avant les produits que nous proposons dans notre food truck Candies Road.
Nous allons également informer notre public sur les emplacements où ils peuvent nous trouver et les informer sur nos produits (exemple : l'origine du cupcake, du donut, les ingrédients utilisés..)
Des jeux concours seront organisés afin de fidéliser nos abonnés.

Instagram

L'objectif principal de notre communication sur Instagram est de développer notre communauté à un public plus jeune et son engagement envers notre marque grâce à des visuels impactants .

L'utilisation d'Instagram pour notre stratégie social media va nous permettre de communiquer plus facilement avec nos clients et futurs potentiels clients. Le but étant d'attiser leur curiosité pour les « pousser » à venir à notre rencontre, découvrir nos produits et les partager à leur entourage.

Persona



CAMILLE DUPONT
21 ANS
CÉLIBATAIRE
VENDEUSE PRÊT À PORTER

PERSONNALITÉ :

- Populaire
- Sociable
- Généreuse

HABITUDES/COMPORTEMENT :

- Proche de sa communauté de 10K abonnés
- Influencée par les réseaux
- Food addict

MOUSSA DIALLO
33 ANS
CÉLIBATAIRE
UI/UX DESIGNER

PERSONNALITÉ :

* Bienveillant
* Communicatif
* Curieux

HABITUDES/COMPORTEMENT :

* À la recherche de nouvelles expériences culinaires
* Partage régulièrement ses découvertes avec son groupe d'amis

Ton et thématique

TON

* Tutoiement des abonnés
* Dialogue décontracté et fun
* Utilisation des emojis

THÉMATIQUE

La thématique de nos publications sur Instagram est de présenter notre food truck (emplacements, membres...) et nos produits avec des visuels de qualité.
L'idée est de montrer le côté "gourmand" de nos produits tout en interagissant avec nos abonnés grâce aux stories et commentaires.
Des jeux concours seront organisés afin de fidéliser nos abonnés.

6.4.6 Publications

Réalisation d'un calendrier éditorial regroupant les publications programmées pour les réseaux sociaux Facebook et Instagram pour mener à bien notre stratégie social media.

Date de lancement de la stratégie : 25 Mars 2022
Fréquence de publication : 3 x par semaine
Jour des publications : Lundi - Mercredi - Samedi

MARS

INSTAGRAM	FACEBOOK	DATE	HEURE	SUJET	OBJECTIF	CIBLE	CONTENU (SMILEY + LIEN + IDENTIFIER COMPTES)	NOMBRE DE CARACTÈRES DE LA PUBLICATION	DESCRIPTIF DE L'IMAGE	IMAGE
X		25/03/2022 (V)	18H00	Présentation de Candies Road	Cognitif	18-30 ans	Candies Road arrive près de chez toi dès la semaine prochaine ! Un food truck en Île-de-France spécialisé dans les cupcakes & les donuts 🍩 Rendez-vous dès lundi pour le planning de la semaine prochaine 📅 En attendant, n'hésite pas à visiter notre site web en bio ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #versailles #saintgermaineniaye #boulogne #ladefense #issy	330 (espaces exclus)	Logo Candies Road	
	X	25/03/2022 (V)	18H00	Présentation de Candies Road	Cognitif	25-50 ans	Candies Road arrive près de chez vous dès la semaine prochaine ! Un food truck en Île-de-France spécialisé dans les cupcakes & les donuts 🍩 Retrouvez-nous dès lundi pour le planning de la semaine prochaine 📅 En attendant, n'hésitez pas à visiter notre site web : https://www.candiesroad.fr	252 (espaces exclus)	Logo Candies Road	
X		26/03/2022 (S)	18H00	Passage à l'heure d'été dans la nuit du 26 au 27 Mars 2022	Affectif	18-30 ans	Changement d'heure ! N'oubliez pas de régler vos réveils ce soir, à 2h du matin il sera en réalité 3h ! 🕒 #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	147 (espaces exclus)	Boîte remplie de donuts colorés	
	X	26/03/2022 (S)	13H00	Passage à l'heure d'été dans la nuit du 26 au 27 Mars 2022	Affectif	25-50 ans	Changement d'heure ! N'oubliez pas de régler vos réveils ce soir, à 2h du matin il sera en réalité 3h ! 🕒 À bientôt chez Candies Road !	109 (espaces exclus)	Boîte remplie de donuts colorés	

MARS

INSTAGRAM	FACEBOOK	DATE	HEURE	SUJET	OBJECTIF	CIBLE	CONTENU (SMILEY + LIEN + IDENTIFIER COMPTES)	NOMBRE DE CARACTÈRES DE LA PUBLICATION	DESCRIPTIF DE L'IMAGE	IMAGE
X		28/03/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	18-30 ans	Tu l'attendais ? Il est là ! Voici le planning de notre food truck pour la semaine. Nous t'attendons avec impatience dans la ville de ton choix pour découvrir nos gourmandises ! 🤝🍩 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : lien en bio !	319 (espaces exclus)	Planning de la semaine	PLANNING CANDIES ROAD MERCREDI JEUDI VENDREDI SAMEDI DIMANCHE
	X	28/03/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	25-50 ans	Vous l'attendiez ? Il est là ! Voici le planning de notre food truck pour la semaine. Nous vous attendons avec impatience dans la ville de votre choix pour découvrir nos gourmandises ! 🤝🍩 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte https://www.candiesroad.fr	230 (espaces exclus)	Planning de la semaine	PLANNING CANDIES ROAD MERCREDI JEUDI VENDREDI SAMEDI DIMANCHE
X		30/03/2022 (M)	18H00	Présentation d'un cupcake de notre carte	Cognitif	18-30 ans	Aujourd'hui nous mettons à l'honneur notre délicieux cupcake : le FIDÈLE ! 🤝 Il te fait de l'oeil ? Alors viens vite le découvrir ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	199 (espaces exclus)	Image du cupcake LE FIDÈLE	CÔTÉ CUPCAKE LE FIDÈLE SAVEUR MYRTILLE !
	X	30/03/2022 (M)	18H00	Présentation d'un cupcake de notre carte	Cognitif	25-50 ans	Aujourd'hui nous mettons à l'honneur notre délicieux cupcake : le FIDÈLE ! 🤝 Il vous fait de l'oeil ? Alors venez vite le découvrir !	138 (espaces exclus)	Image du cupcake le FIDÈLE	CÔTÉ CUPCAKE LE FIDÈLE SAVEUR MYRTILLE !

AVRIL

INSTAGRAM	FACEBOOK	DATE	HEURE	SUJET	OBJECTIF	CIBLE	CONTENU (SMILEY + LIEN + IDENTIFIER COMPTES)	NOMBRE DE CARACTÈRES DE LA PUBLICATION	DESCRIPTIF DE L'IMAGE	IMAGE
X		02/04/2022 (S)	18H00	Présentation d'un donut de notre carte	Cognitif	18-30 ans	C'est au tour de notre savoureux donuts LE TALENTUEUX d'être mis en avant ! 🍩 Il t'attend dans notre food truck ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	183 (espaces exclus)	Image du donut LE TALENTEUX	
	X	02/04/2022 (S)	18H00	Présentation d'un donut de notre carte	Cognitif	25-50 ans	C'est au tour de notre savoureux donuts LE TALENTUEUX d'être mis en avant ! 🍩 Il vous attend dans notre food truck !	122 (espaces exclus)	Image du donut LE TALENTUEUX	
X		04/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	18-30 ans	Petit rappel du planning de la semaine de notre food truck ! 🚚 Alors ? Une idée de ta prochaine visite ? 🤔 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : lien en bio ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	208 (espaces exclus)	Planning de la semaine	
	X	04/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	25-50 ans	Petit rappel du planning de la semaine de notre food truck ! 🚚 Alors ? Une idée de votre prochaine visite ? Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : https://www.candiesroad.fr	163 (espaces exclus)	Planning de la semaine	

AVRIL

INSTAGRAM	FACEBOOK	DATE	HEURE	SUJET	OBJECTIF	CIBLE	CONTENU (SMILEY + LIEN + IDENTIFIER COMPTES)	NOMBRE DE CARACTÈRES DE LA PUBLICATION	DESCRIPTIF DE L'IMAGE	IMAGE
X		06/04/2022 (M)	18H00	Présentation d'un membre de notre équipe	Affectif	18-30 ans	C'est le moment des présentations ! Nous tenions à mettre en avant Matthew, co-fondateur de Candies Road et pâtissier de métier depuis 10 ans 👨‍🍳 Chaque matin, Matthew prépare avec amour vos cupcakes & donuts ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	242 (espaces exclus)	Photo de Matthew	
	X	06/04/2022 (M)	18H00	Présentation d'un membre de notre équipe	Affectif	25-50 ans	C'est le moment des présentations ! Nous tenions à mettre en avant Matthew, co-fondateur de Candies Road et pâtissier de métier depuis 10 ans 👨‍🍳 Chaque matin, Matthew prépare avec amour vos cupcakes & donuts ! ❤️	188 (espaces exclus)	Photo de Matthew	
X		09/04/2022 (S)	18H00	Suggestions de nos abonnés des goûts qu'ils aimeraient voir sur notre carte	Affectif	18-30 ans	Tes idées comptent ! 💡 On se demandait .. quel(s) goût(s) souhaiterais-tu voir apparaître sur notre carte ? Écris-nous un petit commentaire pour nous le faire savoir ! ✏️ #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	204 (espaces exclus)	Boîte remplie de donuts	
	X	09/04/2022 (S)	18H00	Suggestions de nos abonnés des goûts qu'ils aimeraient voir sur notre carte	Affectif	25-50 ans	Vos idées comptent ! 💡 On se demandait .. quel(s) goût(s) souhaiteriez-vous voir apparaître sur notre carte ? Écrivez-nous un petit commentaire pour nous le faire savoir ! ✏️	147 (espaces exclus)	Boîte remplie de donuts	

X		11/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	18-30 ans	Tu ne sais pas où nous trouver ? Voici le planning de la semaine ! Notre food truck se déplace dans plusieurs grandes villes d'île-de-France 📍 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : lien en bio ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	283 (espaces exclus)	Planning de la semaine	PLANNING CANDIES ROAD MERCREDI JEUDI VENDREDI SAMEDI DIMANCHE
	X	11/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	25-50 ans	Vous ne savez pas où nous trouver ? Voici le planning de la semaine ! Notre food truck se déplace dans plusieurs grandes villes d'île-de-France 📍 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : https://www.candiesroad.fr	197 (espaces exclus)	Planning de la semaine	PLANNING CANDIES ROAD MERCREDI JEUDI VENDREDI SAMEDI DIMANCHE
X		13/04/2022 (M)	18H00	Présentation d'un cupcake de notre carte	Cognitif	18-30 ans	Aujourd'hui nous mettons à l'honneur notre savoureux cupcake : LE CRÉATIF ! 🍰 Viens vite le goûter et dis nous ce que tu en penses ! ✓ #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	201 (espaces exclus)	Image du cupcake LE CRÉATIF	CÔTÉ CUPCAKE LE CREATIF
	X	13/04/2022 (M)	18H00	Présentation d'un cupcake de notre carte	Cognitif	25-50 ans	Aujourd'hui nous mettons à l'honneur notre savoureux cupcake : LE CRÉATIF ! 🍰 Venez vite le goûter et dîtes-nous ce que vous en pensez ! ✓	143 (espaces exclus)	Image du cupcake LE CRÉATIF	CÔTÉ CUPCAKE LE CREATIF

AVRIL

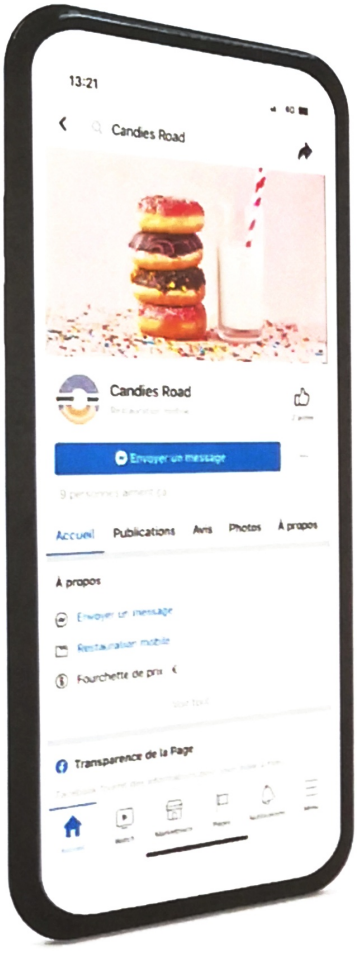
INSTAGRAM	FACEBOOK	DATE	HEURE	SUJET	OBJECTIF	CIBLE	CONTENU (SMILEY + LIEN + IDENTIFIER COMPTES)	NOMBRE DE CARACTÈRES DE LA PUBLICATION	DESCRIPTIF DE L'IMAGE	IMAGE
X		16/04/2022 (S)	18H00	Présentation d'un donut de notre carte	Cognitif	18-30 ans	C'est au tour du donut L'AMBITIEUX d'être mis en avant ! 🍩 Et toi, quel est ton donut préféré ? #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	163 (espaces exclus)	Image du donut L'AMBITIEUX	
	X	16/04/2022 (S)	18H00	Présentation d'un donut de notre carte	Cognitif	25-50 ans	C'est au tour du donut L'AMBITIEUX d'être mis en avant ! 🍩 (courte description du donut) Quel est votre donut préféré ?	99 (espaces exclus)	Image du donut L'AMBITIEUX	
X		18/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	18-30 ans	Comme chaque lundi, voici nos emplacements pour la semaine à venir 📍 Nous te souhaitons un bon début de semaine ! #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	157 (espaces exclus)	Planning de la semaine	
	X	18/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	25-50 ans	Comme chaque lundi, voici nos emplacements pour la semaine à venir 📍 Nous vous souhaitons un bon début de semaine ! Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : https://www.candiesroad.fr	172 (espaces exclus)	Planning de la semaine	

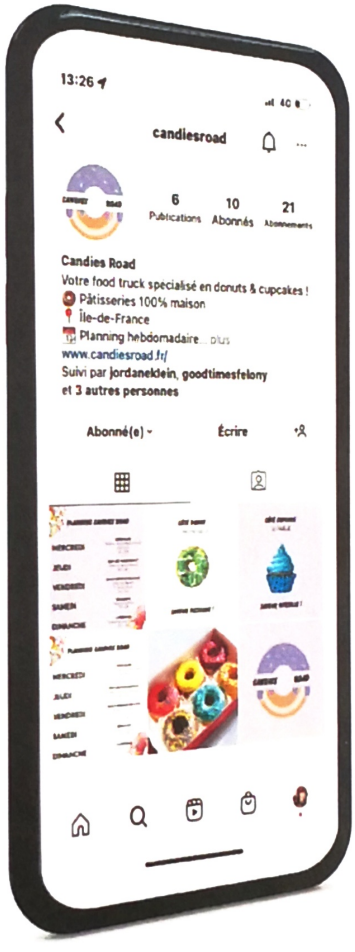
X		20/04/2022 (M)	18H00	Découvrez l'origine du donut	Cognitif	18-30 ans	Vous vous demandez d'où viennent les donuts ? 🍩 Les premiers beignets seraient arrivés en Amérique au 17è siècle avec les colons des Pays-Bas et leurs « oliebollen » (boules de pâte cuites dans de l'huile). Selon l'histoire, Hansen Gregory, capitaine de navire de la Nouvelle-Angleterre au milieu du 19è siècle aurait percé un trou dans ses beignets qui cuisaient mal afin qu'ils puissent frire de manière égale. Maintenant .. vous savez ! ✨ #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	432 (espaces exclus)	Image fond rose avec donuts	
	X	20/04/2022 (M)	18H00	Découvrez l'origine du donut	Cognitif	25-50 ans	Vous vous demandez d'où viennent les donuts ? 🍩 Les premiers beignets seraient arrivés en Amérique au 17è siècle avec les colons des Pays-Bas et leurs « oliebollen » (boules de pâte cuites dans de l'huile). Selon l'histoire, Hansen Gregory, capitaine de navire de la Nouvelle-Angleterre au milieu du 19è siècle aurait percé un trou dans ses beignets qui cuisaient mal afin qu'ils puissent frire de manière égale. Maintenant .. vous savez ! ✨	363 (espaces exclus)	Image fond rose avec donuts	
X		23/04/2022 (S)	18H00	Jeux concours sur notre page Instagram !	Cognitif, Affectif & Conatif	18-30 ans	✨ JEU CONCOURS ✨ Aujourd'hui nous te proposons un jeu concours pour te permettre de gagner DEUX boîtes de 4 pâtisseries au choix chez Candies Road 🤝🍩 Pour participer, il te suffit de suivre ses instructions : Suis notre compte @candiesroad Like ce post Mentionne 3 de tes ami(e)s en commentaire Le concours se termine le 30/04 à 20h00 ! Le gagnant sera contacté le 01/05 par message privé et pourra venir récupérer ses pâtisseries dans la ville de son choix 📍 #candiesroad #cupcakes #donuts #concours #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	453 (espaces exclus)	Image cupcake avec une mention JEU CONCOURS	
	X	23/04/2022 (S)	18H00	Publication qui invite nos abonnés à aller sur notre compte Instagram pour participer au concours	Cognitif, Affectif & Conatif	25-50 ans	Rendez-vous sur notre compte Instagram @candiesroad pour participer au jeu concours et vous permettre de gagner DEUX boîtes de 4 pâtisseries au choix chez Candies Road 🤝🍩 Si vous n'avez pas Instagram, pas d'inquiétude ! Un jeu concours sur Facebook sera proposé le mois prochain ✨	237 (espaces exclus)	Image cupcake avec une mention JEU CONCOURS	

AVRIL

INSTAGRAM	FACEBOOK	DATE	HEURE	SUJET	OBJECTIF	CIBLE	CONTENU (SMILEY + LIEN + IDENTIFIER COMPTES)	NOMBRE DE CARACTÈRES DE LA PUBLICATION	DESCRIPTIF DE L'IMAGE	IMAGE
X		25/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	18-30 ans	Versailles, Saint-Germain en Laye, La Défense, Issy-les-Moulineaux, Boulogne : nous sommes là ! Et toi, où as-tu l'habitude de venir nous voir ? 🌟 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : https://www.candiesroad.fr	265 (espaces exclus)	Planning de la semaine	
	X	25/04/2022 (L)	13H00	Planning de la semaine	Cognitif	25-50 ans	Versailles, Saint-Germain en Laye, La Défense, Issy-les-Moulineaux, Boulogne : nous sommes là ! Et vous, où avez-vous l'habitude de venir nous voir ? 🌟 Rendez-vous sur notre site web pour découvrir notre carte : https://www.candiesroad.fr	207 (espaces exclus)	Planning de la semaine	
X		27/04/2022 (M)	18H00	Team cupcakes ou donuts ?	Affectif	18-30 ans	🧁 TEAM CUPCAKES VS TEAM DONUTS 🍩 Tu es plutôt cupcakes ou donuts ? Soutiens ta pâtisserie préférée en commentaire ! ✓ #candiesroad #cupcakes #donuts #foodtruck #foodtrucklife #streetfood	162 (espaces exclus)	Cupcakes et Donuts	
	X	27/04/2022 (M)	18H00	Découvrez l'origine du cupcake	Cognitif	25-50 ans	Vous vous demandez d'où viennent les cupcakes ? 🧁 Le terme cupcake est mentionné pour la première fois dans le livre « E. Leslie's Receipts » en 1829. C'était à l'origine le gâteau des ménagères et est devenu très populaire dans les années 1950. Il était réalité pour toutes sortes d'occasions : goûters d'anniversaire, Halloween et même Noël ! Maintenant .. vous savez ! ✨	310 (espaces exclus)	Image de cupcake	

6.4.7 Mock-up


13:21
Candies Road
Candies Road
Envoyer un message
Accueil
Publications
Avis
Photos
À propos
À propos
Envoyer un message
Restaurateur mobile
Fourchette de prix
Transparence de la Page


13:26
candiesroad
6
Publications
10
Abonnés
21
Candies Road
Votre food truck spécialisé en donuts & cupcakes !
Pâtisseries 100% maison
Île-de-France
Planning hebdomadaire
www.candiesroad.fr/
Suivi par jordaneklein, goodtimesfelony
et 3 autres personnes
Abonné(e)
Écrire

6.4.8 KPI

RÉSEAUX SOCIAUX	
OBJECTIFS	**KPI**
- Développer notre communauté sur les réseaux sociaux	- Nombre d'abonnés - Nombre de publications sur nos réseaux - Croissance de l'audience
- Augmenter l'engagement des internautes	- Nombre de like - Nombre de mentions - Nombre de commentaires - Taux d'engagement

SITE INTERNET	
OBJECTIFS	**KPI**
- Augmenter la visibilité de notre site internet	- Trafic web des réseaux sociaux - Nombre de visites journalières - Nombre de partages et de liens entrant vers notre site

6.4.9 Conclusion sur la communication social media

Notre stratégie social media va nous permettre de développer notre communauté, soigner notre e-réputation et faire connaître notre entreprise..
Grâce aux moyens mis en place, nous espérons atteindre tous les objectifs définis dans le temps imparti.

07. CONCLUSION

7.1 Conclusion du projet

L'objectif principal de ce projet nommé Candies Road était de développer un concept bien précis et de créer son identité visuelle, son site internet ainsi que ses différents supports de communication (vidéo promotionnelle, flyer promotionnel, et stratégie webmarketing sur les réseaux sociaux).

Nous avons tout d'abord réalisé un cahier des charges pour définir en amont les besoins et objectifs de notre projet.

Une analyse concurrentielle a été mise en place afin de repérer les forces et les faiblesses de notre principal concurrent et de comprendre sa stratégie.

Nous avons ensuite créé notre identité visuelle qui représente notre carte d'identité graphique grâce à des couleurs qui tournent principalement autour du rose et du violet afin de rappeler l'univers doux et sucré des cupcakes et donuts. Cette identité visuelle a été déclinée sur nos différents supports de communication (site internet, vidéo promotionnelle, flyer promotionnel et réseaux sociaux)

La réalisation de ce projet du début à la fin a été une expérience très enrichissante qui a nécessité organisation, rigueur et assiduité.

Ce projet a été réalisé suite aux compétences acquises lors de ma formation Executive Program WebDesign et Communication Digitale au sein l'école La Manu de Versailles.

Cette formation et ce projet ont conforté mon choix de réorientation professionnelle dans le domaine du webdesign.