Cody DI 19 Nathan DI 19 Rebecca WEB 19 Année scolaire 2019/2020 Projet première année

PROJETIOT STATION MÉTÉO

Cody Nathan Rebecca

CHARTE GRAPHIQUE PROJETIOT

SOMMAIRE

01

Logotype

- Couleurs
- •Typologie d'accompagnement
- Interdits

02

Supports

- Différents supports
- Sianature mai
- Carte de visite
- Réseaux sociaux
- Home web
- Univers graphique

03

Pictogrammes

LOGOTYPE

Humanisation du logo:

- Emotions animées.
- Prénom: Klim.

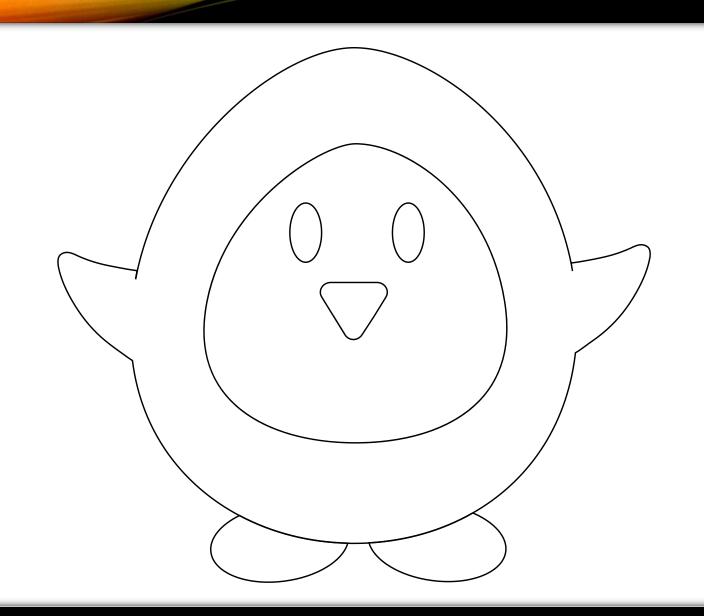
Pourquoi un pingouin:

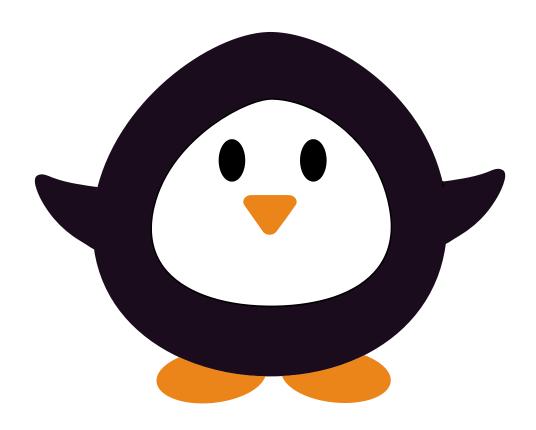
- Créature indéniablement adorable.
- Chargé de tendresse et de délicatesse.

Pourquoi Winter Pingouin:

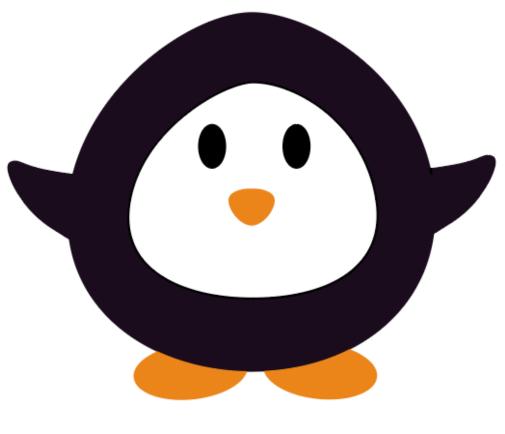
Penguin représente le froid.







Winter Penguin



WINTER PENGUIN

Les couleurs

LOGOTYPE

1. LES COULEURS LOGO



2. LES COULEURS DU SITE WEB

1. Rgb(206,40,62)

2. Rgb(129,65,145)

3. Rgb(253,199,63)

4. Rgb(255,255,255)

Interdits

LOGOTYPE

WINTER PENGUIN

WINTER PENGUIN

NTER PENGUN



Typologie

LOGOTYPE

Roboto Condensed



Christian Robertson (6 styles)

Bienvenue, voiçi le projet IOT! Nous créons une station météo connectée et open source.

Glyph

Rr

Characters

2. TYPOLOGIE D'ACCOMPAGNEMENT

Dynamique Friendly Lisible









TYPOLOGIE LOGO

- Originale
- Marquante
- A penguin is not writing so a strange one is perfect

Différents types de supports

SUPPORTS

DIFFÉRENTS TYPES DE SUPPORTS















PORTE CLÉ



PAGE WEB



ROOL UP

GOODIES

BONBONS FLOQUÉS

T-SHIRT FLOQUÉ

PC + PROJECTEUR

FLYERS

CARTON DE PRÉSENTATION

PROTOTYPE PRODUIT

PRODUIT À VENDRE

Signature mail

SUPPORTS

SIGNATURE MAIL



WINTER PENGUIN

Rebecca PESQUET Community Manager

Mob: 07.80.44.32.87

rebecca.pesquet@viacesi.fr

www.winterpenguin.com







Carte de visite

SUPPORTS

CARTE DE VISITE





Réseaux sociaux

SUPPORTS



FACEBOOK





■ PUBLICATIONS

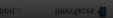
∃ IGTV

☐ ENREGISTREMENTS

WinterPenguinCompany



Interfaces 📲



14:30

PROMO -20% WINTER PER GUID

Promotion...











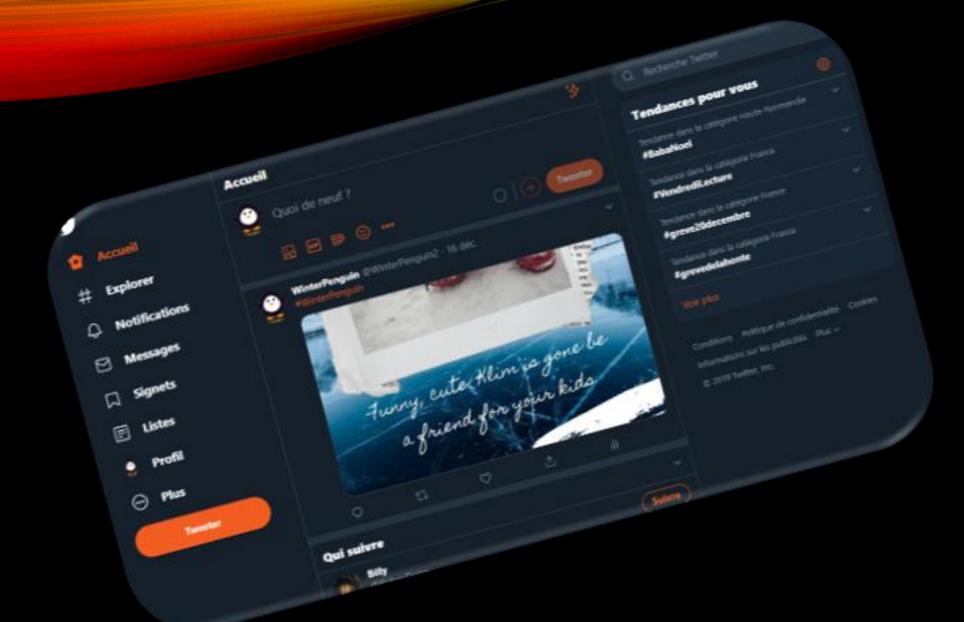


INSTAGRAM









TWITTER

Home web

SUPPORTS

HOME WEB

http://nathanlecat.alwaysdata.net/

Winter Penguin est une application à destination d'une clientelles jeunes comme agés, controllant une station connectée!

COMMENCEZ MAINTENANT GRATUITEMENT



Carte de visite

ICONIGRAPHIE

ICONOGRAPHIE CARTE DE VISITE







ICONOGRAPHIE TEMPS APPLICATION



ICONOGRAPHIE VÊTEMENTS

Cody Nathan Rebecca

BASE DE DONNÉES

EXEMPLE FLOU DE LA BASE DE DONNÉES

```
🧬 pi@raspberrypi: -
Query OK, 1 row affected (0.003 sec)
MariaDB [(none)]> USE winterpenguin;
Database changed
MariaDB [winterpenguin] > create TABLE T CAPTEURS (ID INT UNSIGNED NOT NULL AUTO IN
CREMENT, LOC CAP VARCHAR(25), ENA CAP VARCHAR(25), DIS CAP VARCHAR(25), PRIMARY K
Query OK, 0 rows affected (0.463 sec)
MariaDB [winterpenguin] > show TABLES;
| Tables in winterpenguin |
1 row in set (0.003 sec)
MariaDB [winterpenguin] > CREATE TABLE T DONNEES(ID INT UNSIGNED NOT NULL AUTO INCREMENT, CAP ID INT UNSIGNED N
OT NULL, DAT DON DATE NOT NULL, TEM DON DOUBLE, HUM DON DOUBLE, PRIMARY KEY ( ID ), CONSTRAINT `FK capteur don
nees`foreign key (CAP ID) references T CAPTEURS(ID) ON DELETE CASCADE ON UPDATE RESTRICT);
Query OK, 0 rows affected (0.270 sec)
MariaDB [winterpenguin] > DESCRIBE T DONNEES
| ID | int(10) unsigned | NO | PRI | NULL
| CAP ID | int(10) unsigned | NO | MUL | NULL
| DAT DON | date
5 rows in set (0.018 sec)
MariaDB [winterpenguin]> DESCRIBE T CAPTEURS;
| LOC CAP | varchar(25) | YES | NULL
                            | YES |
                                         NULL
| ENA CAP | varchar(25)
```

4 rows in set (0.013 sec)
MariaDB [winterpenguin]>

Demo en live par Cody

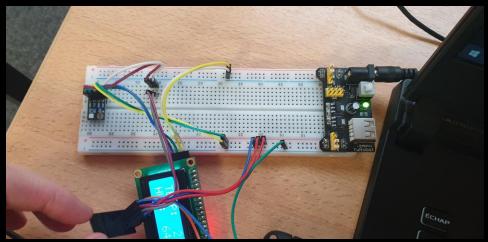
DEMO!

Cody Nathan Rebecca

ARDUINO

PHOTO MONTAGE







DEMO!

PLAN DE COMMUNICATION

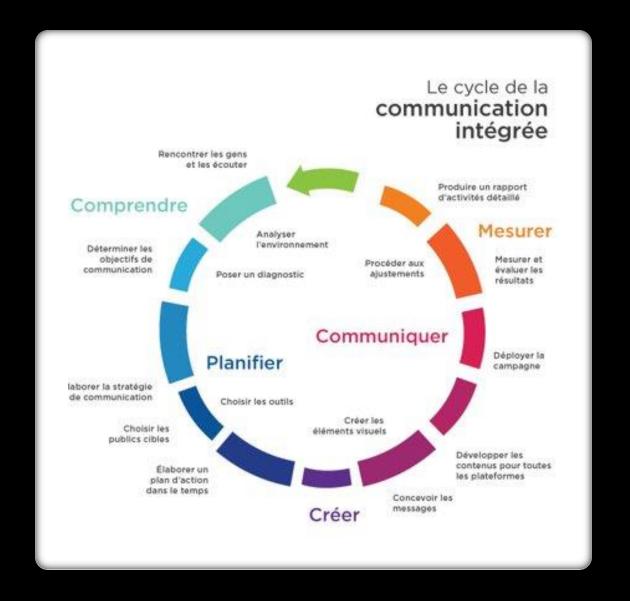
Cody

Nathan

Rebecca

SOMMAIRE

- 1. Le SWOT
- Le diagnostic et le problème de communication
- 3. Le positionnement
- 4. Les objectifs de communication
- 5. Les cibles
- 6. La stratégie de création
- 7. Choix des supports médias
- 8. Choix des supports hors-média
- 9. Le budget et le calendrier

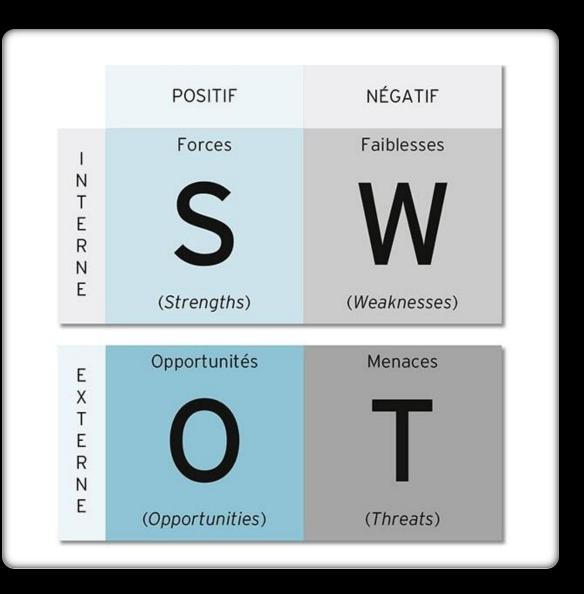


Matrice stratégique

SWOT

SWOT

- Histoire.
- Prix abordable
- Distribuable lors d'évènements
- Réseaux sociaux
- Cible cœur: 3-20 ans
- Rigueur
- Ludique
- Absence notoriété.

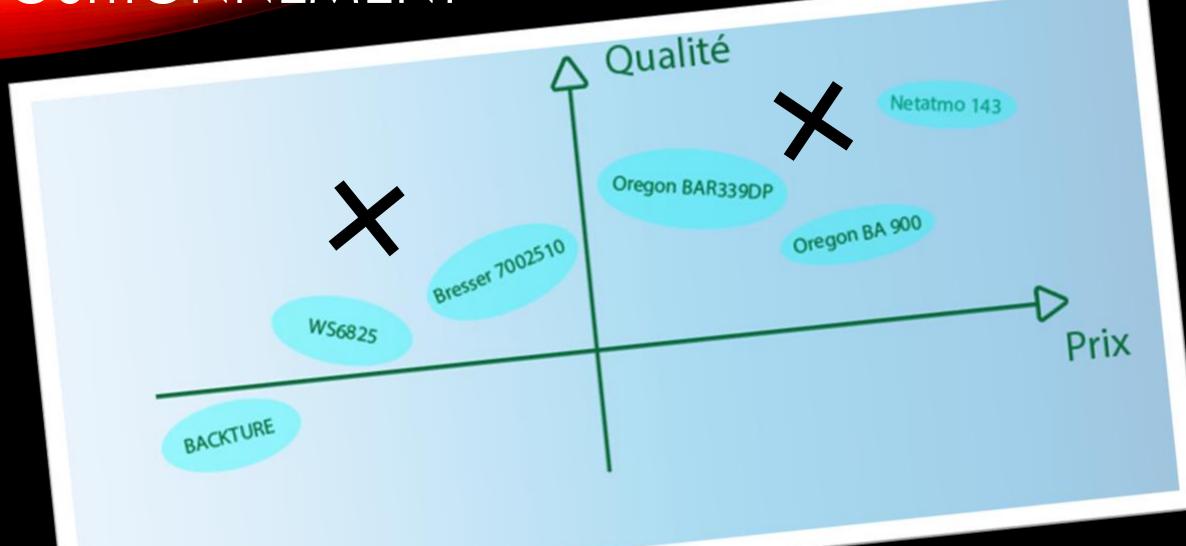


Manque de visibilité sur réseaux sociauc

DIAGNOSTIC & PROBLÈME DE COM

POSITIONNEMENT

POSITIONNEMENT



Objectif de communcation

OBJECTIFS

Définir des objectifs de communication

Faire savoir

Cognitif: agir sur les connaissances

Attirer l'attention

Faire aimer

Affectif: modifier la perception

Provoquer l'intérêt, susciter le désir

Faire agir

Conatif: changer les comportements

> Déclencher l'achat



Public ciblé

CIBLE

PUBLIC CIBLÉ





Cœur de cible Cible principale

Objectif de communcation

LA STRATÉGIE DE CRÉATION

STRATÉGIE DE COMMUNICATION



LA PROMESSE



REASON WHY



BÉNÉFICE CONSOMMATEUR



LE TON DU MESSAGE OU L'AMBIANCE



LES CONTRAINTES

Réseaux sociaux

CHOIX DES SUPPORTS MÉDIA

CHOIX DES SUPPORTS MÉDIA







Facebook

Instagram

Twitter

Hors-média

CHOIX DES SUPPORTS HORS-MÉDIA





Promotion des ventes



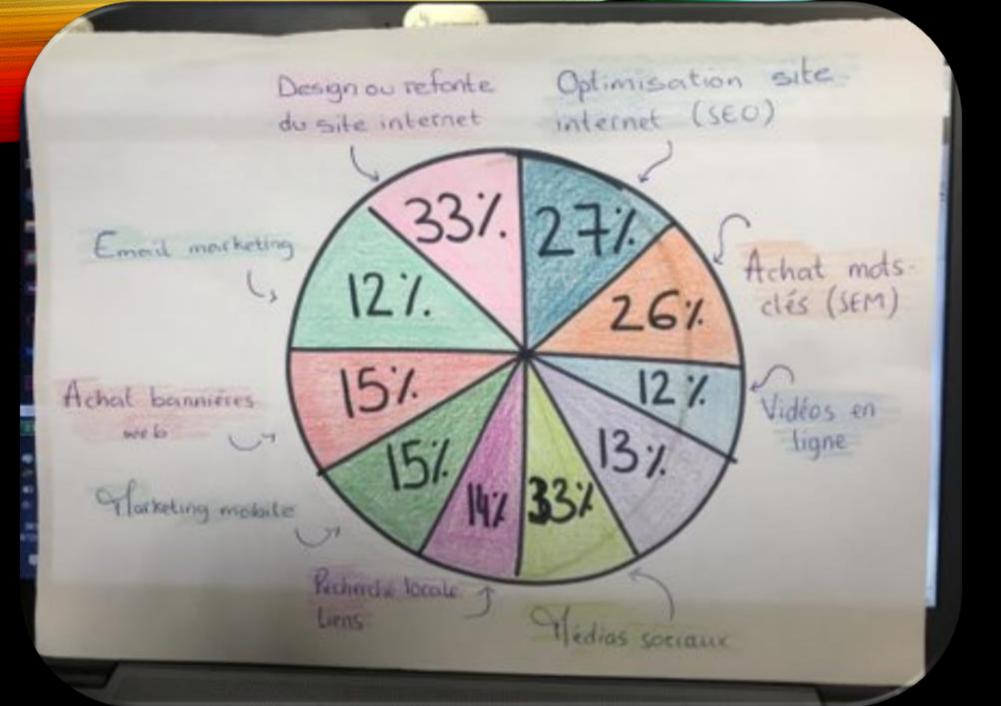
Marketing direct



Relations publiques / communication événementielle

10 00 euros

BUDGET

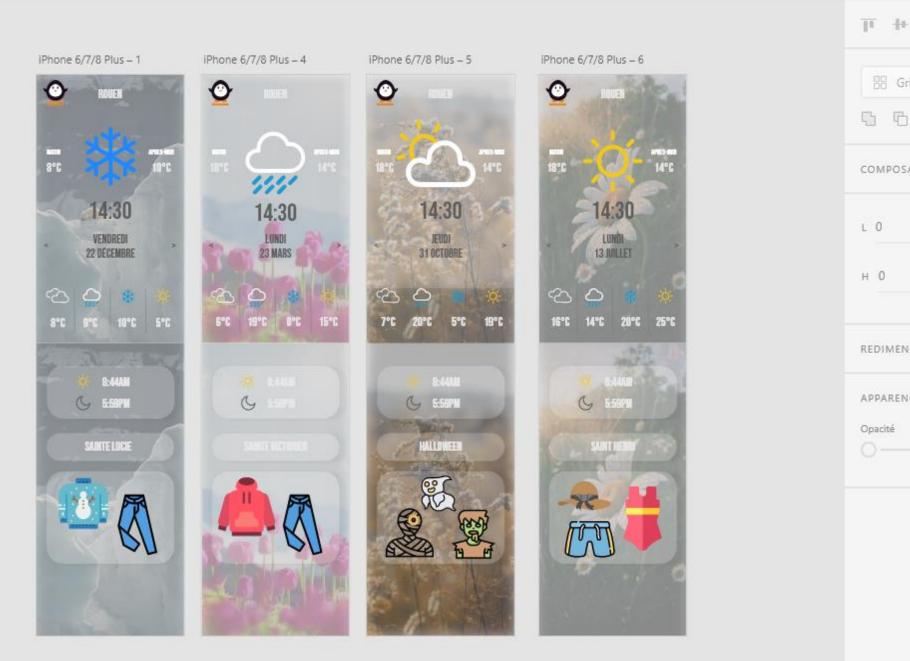


BUDGET

RÉFÉRENCEMENT

RÉFÉRENCEMENT

| J. | Expressions | • Densité pondérée (%) ▼ | • Densité brute (%) ▼ | Occ. | Filtres | Trouvée dans les balises suivante |
|----|----------------|-----------------------------|--------------------------|------|------------|-----------------------------------|
| | winter penguin | 26.38 | 3.68 | 3 | DP • TB | title • nav/a • header/h1 |
| | winter | 17.58 | 1.84 | 3 | DP • TB | title • nav/a • header/h1 |
| } | penguin | 17.58 | 1.84 | 3 | DP • TB | title • nav/a • header/h1 |
| | temps | 4.84 | 3.07 | 5 | DP | h2 • défaut ^{×3} • h3 |



■ Sans titre-2 ∨

Design

Prototype Partager



Cody Nathan Rebecca

API MÉTÉO

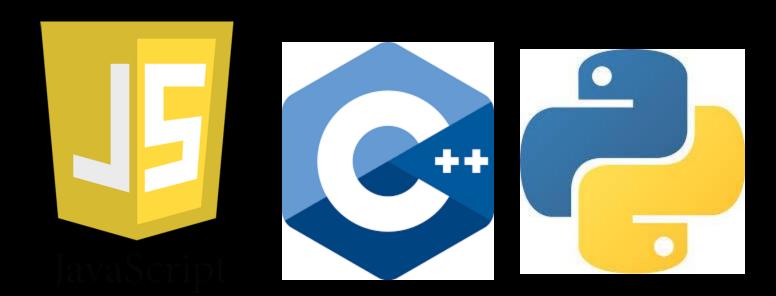
CHOIX DES TECHNOLOGIES POUR API

- Langage de développement pour API web:
 - JavaScript (librery express)
 - Graphisme: HTML / CSS

```
modifier_ob.
mirror object to mirror
mirror_object
peration == "MIRROR_X":
eirror_mod.use_x = True
lrror_mod.use_y = False
irror_mod.use_z = False
 _operation == "MIRROR_Y"
Irror_mod.use_x = False
lrror_mod.use_y = True
lrror_mod.use_z = False
 _operation == "MIRROR_Z";
  rror_mod.use_x = False
  _rror_mod.use_y = False
 __mod.use_z = True
 selection at the end -add
  ob.select= 1
   er ob.select=1
   ntext.scene.objects.action
  "Selected" + str(modification
   irror ob.select = 0
  bpy.context.selected_obj
   lata.objects[one.name].se
  int("please select exactle
  OPERATOR CLASSES ----
   vpes.Operator):
    X mirror to the selected
   ject.mirror_mirror_x"
  ext.active_object is not
```

Pourquoi & Comment avons-nous choisi ces technologies?





WinterPenguin

Fri Dec 20 2019

Paris, FR



53



82% 10.3m/h 10 km

APPLICATION MOBILE MÉTÉO



DEMO!

PLAN MARKETING PROJETIOT

Cody

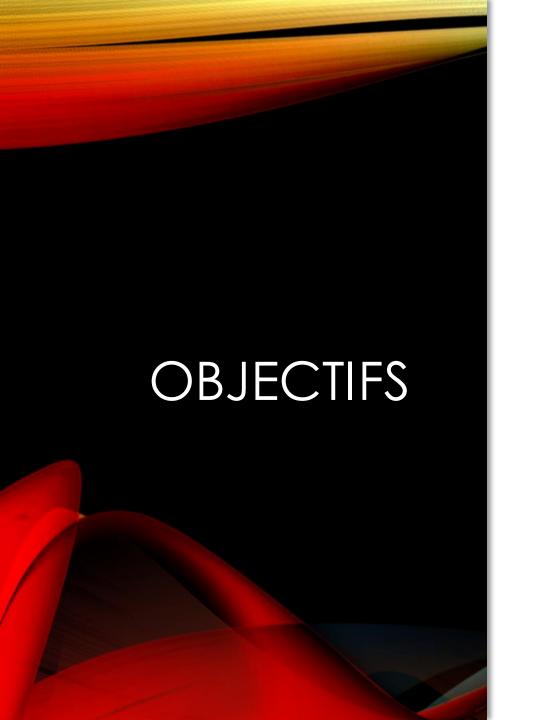
Nathan

Rebecca

SOMMAIRE

- 1. Définir objectifs
- 2. Identifier les marchés et publics cibles
- 3. Articuler l'axe de communication et le positionnement (Produit)
- 4. Définir votre tarification (Prix)
- 5. Prioriser les outils et tactiques numériques (Promotion)
 - Traditionnels
 - Numériques
- 6. Budget

DÉFINIR OBJECTIFS





Augmentation du chiffre d'affaires et des ventes



Augmentation de la notoriété de la marque ou d'un service en particulier



Réduction des coûts d'opération, d'embauche ou autres



Fidéliser des segments de clientèles



Augmenter le revenu par type de clientèle

Marché Public cible

IDENTIFIER

PUBLIC CIBLÉ & MARCHÉ Pays nordique.





Cœur de cible Cible principale

Axe de communication et positionnement

PRODUIT

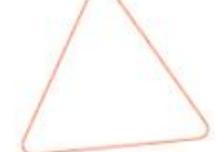
AXE DE COM & POSITIONNEMENT

Triangle d'or du positionnement

Attente du public:

produit fonctionnelle, facile d'utilisation

& design



Positionnement des concurents:

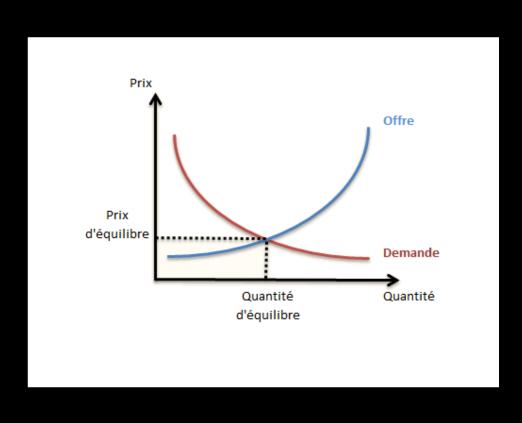
Produit fonctionnelle et technique.

Atout du produit:

Design original, ergonomique, exprérience utilisateur optimisée Définir la tarification

PRIX

PRIX



• 50 euros

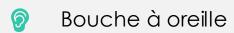
Critères:

- Demande
- Saisonnalité
- Coûts d'opération
- Veille concurrentielle

Prioriser les outils et tactiques numériques

PROMOTION











Affichage extérieur

🚢 Salons, évènements, forum

Radio

Journaux





Bannières web



Achat de mots-clés (Google, Bing, Yahoo)



Marketing mobile:



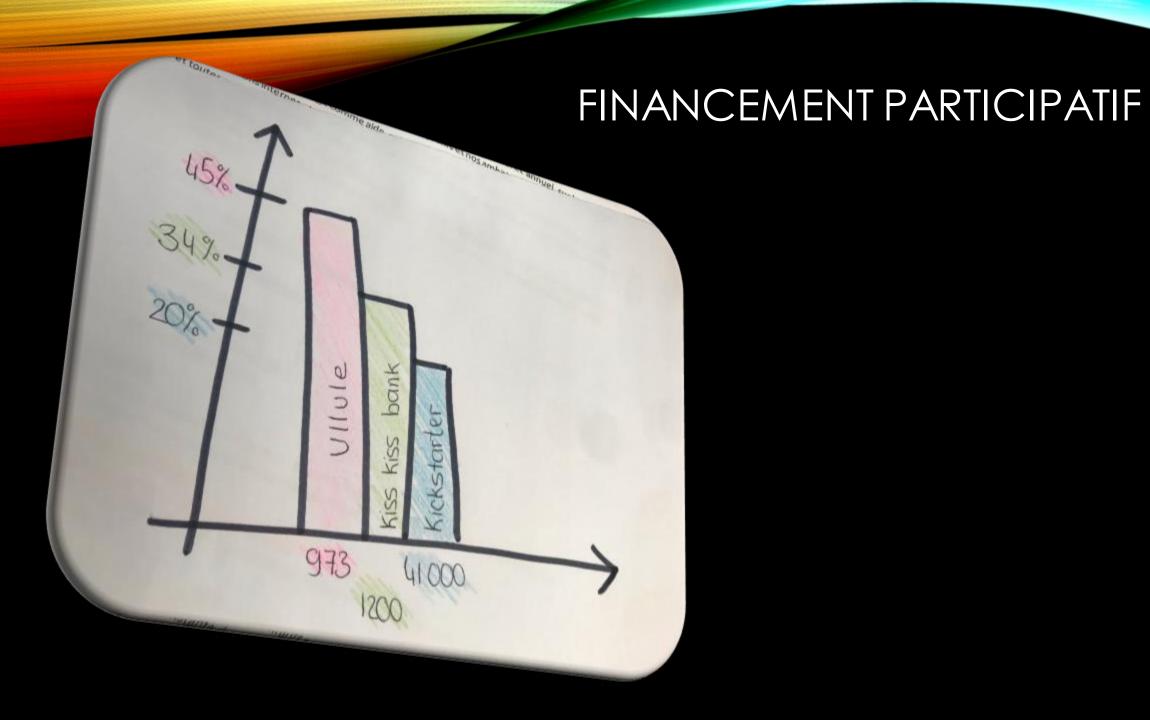
Publicité sur les médias sociaux



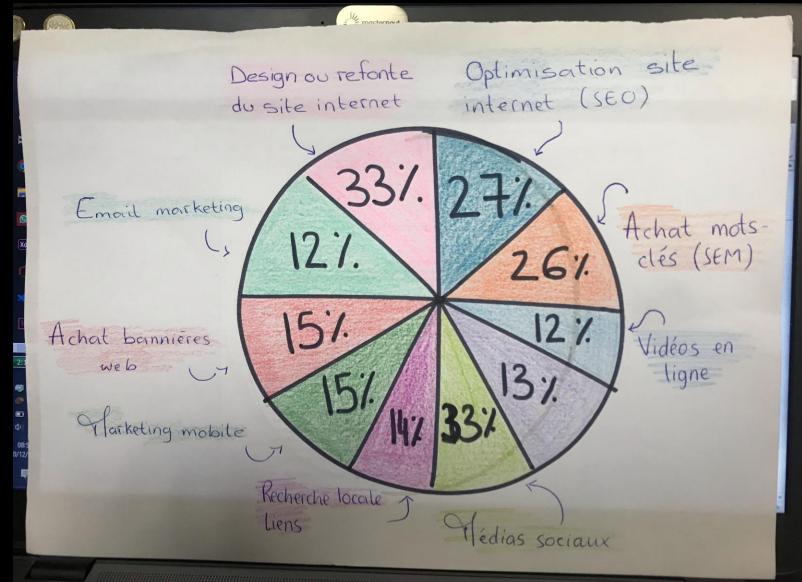
Marketing par les influenceurs

Publicité médias traditionnels et numériques

FINANCEMENT



BUDGET MÉDIAS TRADITIONNELS





Télévision

Radio

Affichage extérieur

Pages jaunes

Matériel promotionnel

Brochure Dépliants Roll up

Mail

Publicité par correspondance (mail)

Direct mail

Préparation salons, forum B2B

Télémarketing

CONCLUSION:

- <u>Sommaire</u>:
- Les réalisations réussies et non réussies.
- Les problèmes rencontrés
- Projection du projet
- Conclusion globale

LES RÉALISATIONS RÉUSSIES ET NON RÉUSSIES.

LES RÉALISATIONS RÉUSSIES.

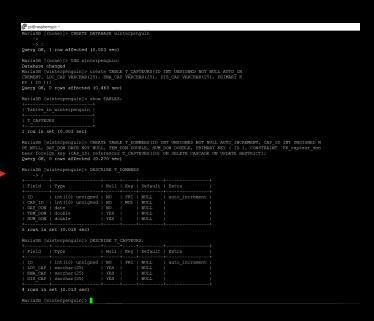
- Arduino:
- Fini (affichage et montage des données réussies)
- <u>Base de données :</u>
- Finie (power AMC + MariaDB + bdd sur raspberry)
- <u>API</u>:
- "Finie" (application autonome avec récupération de données web)

NON RÉUSSIES

 Association entre l'api, les capteurs Arduino et la base de données sur raspberry n'est pas réalisée







LES PROBLÈMES RENCONTRÉS

LES PROBLÈMES RENCONTRÉS

• 1: matériels

• 2: S'adapter à un langage non acquis

• 3: BDD, les requêtes

PROJECTION DU PROJET

PROJECTION DU PROJET

- 1: plus de temps pour finir l'association entre chaque parties et chaque composants.
- 2: Ajout de capteurs pour d'autres types de données.
- 3: Modélisation de Klim en 3D pour la station météo
- 4: Lancement du projet en ligne.

CONCLUSION GLOBALE

CONCLUSION GLOBALE

- 1: un projet compliqué en termes de compétences.
- 2: beaucoup de recherche internet.
- 3: projet intéressant.
- 4: soutien des intervenants et du pilote positif
- 5: Le projet aurait été plus intéressant en fin de première année ou deuxième.