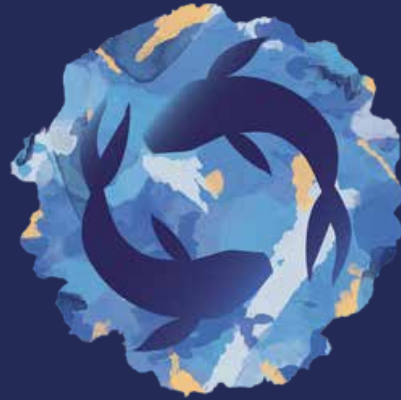




DOSSIER DE PROJET

Marie Deniau

Titre professionnel Concepteur Designer UI



DE BOUCLE À OREILLE

Création de bijoux uniques et upcycling

SOMMAIRE

1.0 PRÉSENTATION DU PROJET	9	3.0 CAHIER DES CHARGES	41
1.1 PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE	10	3.0 CAHIER DES CHARGES	42
1.2 RÉSUMÉ DU PROJET	11	3.1 PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ	43
1.3 OBJECTIFS DU PROJET	12	3.2 LE PROJET	44
		3.2 PAGES ET ARBORESCENCE	52
2.0 STRATÉGIE DU PROJET	15	4.0 RESSOURCES VISUELLES	57
2.1 GRILLE DE QUESTIONNEMENT	16	4.1 PLANCHE TENDANCE	58
2.2 ÉTUDE DE MARCHÉ	20	4.2 CHARTE GRAPHIQUE	60
2.3 STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET MARKETING	32	4.3 LES IMAGES TRAITÉES	68
		4.4 LE TRACT	72
		4.5 VIDÉO ET ANIMATION	76
		4.6 MOCKUPS	82

5.0 SITE INTERNET	87
5.1 CHOIX DU NOM DE DOMAINE	88
5.2 NAVIGATION	89
5.3 WIREFRAME	92
5.4 MAQUETTE DYNAMIQUE	96
5.5 LE CMS ET LES EXTENSIONS	100
5.6 LE SITE WEB ET MOBILE	102
5.7 PERFORMANCES, ACCESSIBILITÉS ET BONNES PRATIQUES	106
5.8 RAPPORT SEO	109
5.9 COPIES D'ÉCRAN D'INTERFACE	110

6.0 ANNEXES	113
6.1 CARTE DE VISITE	114
6.2 NEWSLETTER	116



INTRODUCTION



Je me présente, Marie Deniau, actuellement en formation de concepteur designer UI. Titulaire d'un titre d'infographiste metteur en page (IMEP) et certifiée en motion design et montage vidéo. J'ai choisi cette formation pour élargir mes compétences et atteindre une polyvalence maximale dans mon futur emploi.

Ce dossier explore les différentes phases de la mise en place d'une stratégie globale pour Marion Heijnis, artisane spécialisée dans la création de bijoux uniques, en utilisant des matériaux upcyclés, au sein de l'entreprise «De Boucle à Oreille».

Cette démarche englobe la définition de la stratégie de projet, l'élaboration du cahier des charges, la gestion des ressources visuelles, ainsi que la création d'un site internet.



1.0 PRÉSENTATION DU PROJET

1.1 PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

L'entreprise :

de Boucle à Oreille
Maison des Créateurs
61, rue Alphonse Fouschard
44521 Oudon

De Boucle à Oreille, fondée par Marion Heijnis en 2004, est une entreprise artisanale spécialisée dans la création de bijoux uniques utilisant des matériaux upcyclés.

Marion, passionnée par son métier, propose des créations originales, uniques et durables, mettant en avant son savoir-faire artisanal.

Chaque pièce est conçue avec soin, reflétant la créativité et l'engagement de l'artisane envers l'upcycling.

Marion cherche à proposer une expérience exceptionnelle à ses clients en intégrant élégance, résistance et authenticité dans chacune de ses créations.



Mon contact :

Marion Heijnis

06 87 45 45 21

contact@deboucleaoreille.fr

1.2 RÉSUMÉ DU PROJET

Pour mon projet d'études en conception UI, j'ai élaboré une stratégie de communication visant à accroître la visibilité d'une créatrice de bijoux spécialisée dans l'upcycling, tout en augmentant ses ventes. Le projet a débuté par une grille de questionnement détaillée, que j'ai soumise à ma cliente pour qu'elle la remplisse, en vue de compléter le cahier des charges et définir nos objectifs. J'ai ensuite procédé à la conception d'une charte graphique, d'un logo inspiré par le signe astrologique de la créatrice, ainsi que la réalisation de supports promotionnels, comprenant une carte de visite et un flyer dédié aux ateliers collectifs.

Mais le cœur de notre stratégie réside dans la création d'un site internet, conçu de manière intuitive et informative. Ce site offre un aperçu détaillé du processus de fabrication des bijoux, mettant en avant l'engagement écologique de la créatrice. Il présente des photos de qualité ainsi qu'une vidéo, réalisée avec des animations, détaillant la création d'une bague en argent. De plus, il inclut un lien vers le site e-commerce de la créatrice, permettant aux visiteurs d'acheter directement les bijoux.

Parallèlement, j'ai développé une stratégie de communication pour les réseaux sociaux, créant des publications engageantes. Enfin, j'ai créé une vidéo mettant en avant le savoir-faire de la créatrice en bijoux uniques. Grâce à cette stratégie de communication cohérente, la créatrice de bijoux a élargi son public, attiré de nouveaux clients, et promu l'artisanat éco-responsable.

1.3 OBJECTIFS DU PROJET

Dans la stratégie de communication, les objectifs qualitatifs visent à enrichir l'image de la marque et l'expérience client, tandis que les objectifs quantitatifs se concentrent sur des résultats mesurables. Ces deux dimensions s'unissent pour créer une communication complète et impactante pour «de Boucle à Oreille».

Objectifs qualitatifs :

1. Optimiser la Présence Virtuelle.

L'objectif central consiste à renforcer la présence en ligne de l'atelier «De Boucle à Oreille» en élaborant un site web attrayant et fonctionnel. De plus, une utilisation stratégique des réseaux sociaux sera mise en œuvre pour élargir l'audience, avec pour finalité d'améliorer les ventes tant à l'atelier qu'en ligne.

2. Optimiser l'Expérience Client.

La priorité est accordée à la conception d'une expérience utilisateur agréable et intuitive, que ce soit en ligne via le site web ou lors de visites physiques à l'atelier. Ceci implique une mise en valeur soignée des produits à travers des séances photo dédiées pour le site, ainsi qu'une présentation raffinée à la maison des créateurs.

3. Collecte de Données pour la Newsletter

Intégrer une ligne à remplir sur le site permettant aux visiteurs de s'inscrire à la newsletter de Marion. En outre, inclure une case à cocher sur les deux formulaires (contact et réservation d'ateliers) pour obtenir l'accord d'utilisation des données à des fins de prospection commerciale.

Objectifs quantitatifs :

1. Conversion des Visiteurs en Clients

Augmenter le taux de conversion des visiteurs du site en clients, en fournissant un accès fluide au site d'achat destiné à la vente de ses créations. L'objectif est de convertir au moins 5 % des visiteurs en clients au cours des 6 premiers mois.

2. Expansion de la Clientèle

Attirer 100 nouveaux clients au cours des 6 premiers mois en utilisant le site web comme une plateforme de découverte de ses créations. Les visiteurs pourront explorer ses bijoux uniques et éthiques sur le site, puis effectuer des achats via le lien vers le site d'achat.

4. Promotion des Ateliers de Création

Mettre en avant les ateliers de création de Marion en intégrant un formulaire de réservation directement sur le site web. L'objectif est de susciter l'intérêt pour ces ateliers et d'inciter les visiteurs à s'inscrire.

5. Durabilité et Responsabilité Sociale

Mettre en avant les valeurs éthiques de Marion en communiquant sur les matériaux utilisés et les pratiques éthiques de son entreprise. Cela renforcera l'attrait de ses créations pour les consommateurs soucieux de l'environnement.



2.0 STRATÉGIE DU PROJET

2.1 GRILLE DE QUESTIONNEMENT

Une grille de questionnaire dans une stratégie de communication sert à structurer et orienter la réflexion lors de l'élaboration d'un plan de communication. Elle offre un cadre méthodique pour analyser les besoins, définir les objectifs, cibler le public, choisir les canaux de communication et évaluer l'efficacité de la stratégie.



Objectifs de Communication

Marion, quels sont vos principaux objectifs pour la stratégie de communication de «De Boucle à Oreille» ?

Mon but est de faire connaître mes bijoux et d'augmenter mes ventes, que ce soit en ligne ou à l'atelier des créateurs.

Public Cible

Qui constitue votre public cible pour ces bijoux artisanaux et uniques ?

Mon public comprend ceux qui aiment les bijoux originaux, hommes et femmes sensibles à l'éthique et à l'upcycling, de tous les âges, par exemple les femmes cherchant un bijou unique et les hommes cherchant des cadeaux pour leurs compagnes.

Message

Quel message souhaitez-vous transmettre à travers votre communication ?

Je veux mettre en avant ma créativité, la singularité de mes bijoux, et mon engagement envers l'upcycling et la durabilité.

Raconter mon histoire personnelle et partager mon expertise est également essentiel.



Canaux de Communication

Quels canaux aimeriez-vous utiliser pour atteindre votre public de manière efficace ?

J'envisage d'utiliser les réseaux sociaux tels qu'Instagram et Facebook, ainsi que de participer activement à des marchés artisanaux et à des événements locaux. Cela sera complété par la création d'un site web intuitif et attrayant, avec un lien vers une boutique en ligne pour faciliter l'accès des clients intéressés.

Budget

Quel budget avez-vous alloué pour la mise en œuvre de cette stratégie ?

Sans prévoir de budget spécifique, j'apprécie la proposition de la conceptrice designer UI qui offre de créer le site web et gérer la communication dans le cadre de sa formation. Cela me permettra d'être présente en ligne sans dépenses importantes.

Calendrier

Quel est le calendrier prévu pour le lancement du site web et d'autres campagnes ?

Pour le lancement du site web et des campagnes, j'ai laissé à Marie, la conceptrice UI, la flexibilité de gérer cela en fonction de son planning de formation. Il n'y a pas d'urgence particulière.

Évaluation

Comment allez-vous mesurer le succès de la stratégie de communication ?

Je vais suivre les ventes en ligne et à l'atelier, analyser la croissance des abonnés sur les réseaux sociaux, et bénéficier des retours clients recueillis en collaboration avec Marie, pour ajuster notre approche globale.

Adaptabilité

Comment prévoyez-vous de vous adapter aux changements du marché et de l'environnement commercial ?

Je resterai attentive aux tendances du marché, je mettrai régulièrement à jour le site web après avoir eu une petite formation avec Marie sur son fonctionnement.

À propos du logo

Marion, comment imaginez-vous votre nouveau logo ?

Les deux poissons qui représentent mon signe astrologique et mon asendant, seront au cœur du logo, avec l'utilisation des couleurs bleu foncé et bleu clair que j'affectionne, tout en conservant la police Coventry Garden que j'utilise déjà pour le nom «De Boucle à Oreille».

À propos de Marion Heijnis

Marion, comment souhaitez-vous communiquer votre histoire personnelle et votre expérience dans la création de bijoux ?

En puisant dans mon enfance, où l'éco-durable et l'éco-responsable faisaient déjà partie de ma vie grâce à mes parents, je souhaite mettre en lumière mon engagement pour l'upcycling. Cette sensibilité a marqué ma démarche créative depuis mes premiers pas dans la création de bijoux. Sur le site web, je voudrais une page «Actualités» pour partager les ateliers que j'organise actuellement, avec les dates des événements à venir, particulièrement axés sur l'assemblage de perles et le papier recyclé. Mon objectif est d'établir une connexion authentique avec mes clients.



2.2 ÉTUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché vise à éclairer la stratégie de communication et la création du site web, en prenant en compte les besoins spécifiques du client.

2.2.1 Les personas

L'utilisation des personas dans la conception de sites Internet est une pratique essentielle pour garantir une expérience utilisateur optimale. Ces profils fictifs, basés sur des caractéristiques et des comportements réels des utilisateurs potentiels, offrent de nombreux avantages :

- 1. Compréhension des utilisateurs :** Les personas permettent de mieux comprendre les besoins, les attentes et les motivations des visiteurs. Cela aide les concepteurs à se mettre à la place des utilisateurs et à créer une expérience plus centrée sur l'utilisateur.
- 2. Orientation de la conception :** Les personas servent de guide tout au long du processus de conception. Ils aident à prendre des décisions éclairées concernant la structure du site, la navigation, le contenu et la présentation visuelle.
- 3. Personnalisation de l'expérience :** En connaissant les personas, il est possible d'adapter le contenu et les fonctionnalités du site pour répondre aux besoins spécifiques de chaque groupe cible. Cela rend le site plus attrayant pour différents types d'utilisateurs.
- 4. Réduction des erreurs de conception :** Les personas permettent d'identifier les problèmes potentiels de conception dès le stade de la planification. Cela réduit le risque de créer un site qui ne correspond pas aux attentes des utilisateurs.
- 5. Optimisation des taux de conversion :** En alignant le site sur les besoins des personas, on augmente les chances que les visiteurs accomplissent les actions souhaitées, comme faire un achat, s'inscrire à une newsletter ou remplir un formulaire de contact.
- 6. Économie de temps et d'argent :** Les personas aident à éviter les modifications majeures en cours de projet, ce qui peut économiser du temps et des ressources précieuses.

Persona de Maxime Lambert :

But

Maxime souhaite trouver un bijou qui touchera le cœur de sa femme et qui sera un symbole intemporel de leur amour. Il veut également nouer une relation avec l'artisan et devenir un client régulier, lui permettant ainsi de continuer à soutenir cet artisan talentueux.

Attente lors de l'achat

- **pièce unique réalisé avec soin et créativité.**
- **un bijou qui saura capturer l'essence de l'amour qu'il partage avec sa femme.**
- **avoir une expérience personnelle en rencontrant l'artisan et en découvrant l'histoire derrière chaque bijou.**

Personnalité

Il apprécie l'artisanat et la qualité des matériaux, cherchant toujours à posséder des objets uniques et spéciaux. Il est également généreux et aime soutenir les artisans locaux en achetant directement auprès d'eux.

Maxime Lambert



"Je suis à la recherche d'un bijou d'exception"

AGE: 40

Emploi: Chef d'entreprise

Status: Marié

Lieu: Nantes, France

Raffiné

Sophistiqué

Passionné

Motivations

Maxime croit fermement en l'importance de soutenir les artisans locaux et de préserver leur savoir-faire. Il trouve un véritable plaisir à participer à la survie de ces métiers qui risquent de disparaître avec le temps. De plus, il apprécie le caractère unique et authentique des bijoux réalisés par des artisans, contrairement aux produits de masse fabriqués en série.

Histoire

Maxime est à la tête d'une entreprise prospère dans le secteur de la haute technologie. Bien qu'il mène une vie trépidante et axée sur les affaires, il sait aussi apprécier les petites choses de la vie qui apportent de la joie et de la sérénité. C'est ainsi qu'il est tombé sous le charme des bijoux faits à la main par un artisan local. Attiré par la qualité et l'originalité de son travail, Maxime décide de lui rendre visite personnellement pour acheter un bijou unique pour sa femme, afin de célébrer leur anniversaire de mariage.

Persona de Camille Dupont :

But

Camille souhaite acheter un bijou unique qui reflète son style personnel et son originalité. Elle est à la recherche d'une pièce de haute qualité qui attirera l'attention et suscitera l'admiration. Elle veut un bijou qui raconte une histoire et qui ne sera pas porté par tout le monde.

Attente lors de l'achat

- Un bijou unique et original
- Une pièce de haute qualité
- Une rencontre avec l'artisan
- Participation active dans la conception du bijou
- Une expérience d'achat personnalisée et mémorable
- Un service client attentionné et professionnel
- Une histoire liée au bijou qui le rendra encore plus spécial

Camille Dupont



AGE: 35

Emploi: Directrice artistique

Status: Célibataire

Lieu: Angers, France

Passionnée

Créative

Audacieuse

Motivations

Camille souhaite être impliquée dans le processus de création du bijou. Elle veut rencontrer l'artisan, discuter de ses idées et de ses inspirations, et jouer un rôle actif dans la conception de la pièce. Elle recherche également une expérience d'achat mémorable et personnalisée qui la fera se sentir spéciale et valorisée en tant que cliente.

Personnalité

Elle est passionnée par l'art et l'esthétique. Elle apprécie la beauté sous toutes ses formes et cherche toujours à se démarquer par son style unique et original. Elle est créative, audacieuse et aime exprimer sa personnalité à travers ses choix vestimentaires.

Histoire

Camille avait entendu parler d'un artisan spécialisé dans la création de bijoux uniques. Elle décida de prendre rendez-vous pour une consultation personnelle afin de discuter de son projet.

2.2.2 Analyse de la Demande

L'analyse de la demande met en lumière trois cibles distinctes, chacune représentant une facette unique du marché pour Marion.

Cœur de cible : Composé d'individus passionnés par l'artisanat authentique, ce segment recherche des bijoux exclusifs reflétant leur individualité. Ces clients apprécient la créativité et le savoir-faire artisanal qui définissent les créations de Marion. Ils sont à la recherche d'une pièce unique qui capture leur personnalité distinctive.

Cible secondaire : Cette catégorie englobe les amateurs d'upcycling et les individus sensibles aux préoccupations environnementales. À la recherche de pièces écoresponsables et créatives, ces clients partagent l'engagement de Marion envers une approche éthique de la création de bijoux. Ils cherchent des œuvres qui, au-delà de leur esthétique, incarnent un engagement envers la durabilité.

Cible tertiaire : Cette cible regroupe ceux qui aspirent à offrir des bijoux symboliques et intemporels. Ils recherchent des créations uniques et chargées de sens, parfaites pour des occasions spéciales. Et engagés pour l'artisanat local.

Cette diversité de cibles permet à Marion de toucher un large éventail de clients, chacun répondant à une dimension unique de son art. Lorsque l'on connecte ces cibles aux deux personas, Camille et Maxime, l'image se précise davantage. Camille, à la recherche d'une expérience d'achat impliquante et de bijoux reflétant son style personnel, se trouve au cœur de la cible principale. Maxime, avec son engagement envers l'artisanat local et son appréciation du caractère unique, représente la cible tertiaire. En liant ces cibles aux besoins spécifiques de chaque persona, Marion peut adapter sa communication et ses créations pour offrir des expériences uniques et personnalisées à chaque client.

2.2.3 Analyse de l'offre

Dans cette section dédiée à l'analyse de l'offre, nous explorerons en détail les caractéristiques distinctives de l'activité de Marion.

Nous soulignerons ses spécificités dans le contexte des tendances du marché, et conclurons avec une étude de cas comparative en examinant de près un site concurrent.

Les Tendances du Marché :

L'évolution du marché de la bijouterie montre un intérêt croissant des consommateurs pour des créations artisanales et authentiques. On observe une tendance forte avec la popularité croissante des produits fabriqués en France, mettant en avant les savoir-faire locaux. Cette analyse des tendances offre des opportunités stratégiques pour les créateurs, dont Marion.

Analyse de l'Offre pour Marion :

Marion se positionne avec finesse au cœur de ces tendances en tant que créatrice de bijoux uniques. Son offre distinctive repose sur la personnalisation poussée, la transformation d'objets précieux et la conception de pièces sur mesure. Ces aspects répondent aux attentes croissantes des consommateurs cherchant des bijoux exclusifs, porteurs d'histoires singulières. L'originalité de son approche réside dans la création d'œuvres uniques, façonnées avec un sens profond.

2.2.4 Étude de Cas de la Concurrence : Audeon & Durand

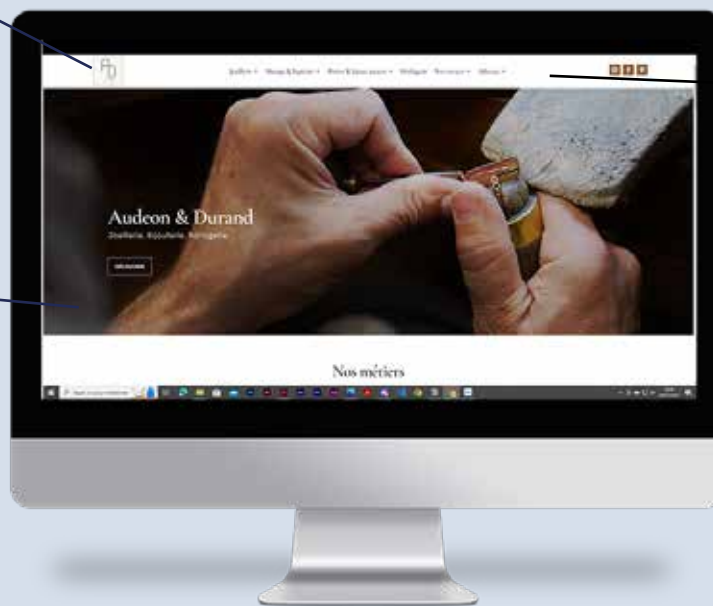
<https://www.audeon-durand.fr>

En examinant la concurrence, comme Audeon & Durand, Marion peut tirer des enseignements importants. Malgré son expérience, cette joaillerie présente des opportunités d'amélioration, notamment en matière d'expérience en ligne. La lenteur de chargement et des lacunes en accessibilité soulignent l'importance, pour Marion, de se démarquer en offrant une expérience utilisateur optimale.

Informations récurrentes sur tout le site :

– Logo
très peu visible

+ L'image d'entête
les photos sont de très
bonne qualité



+ Menu fixe

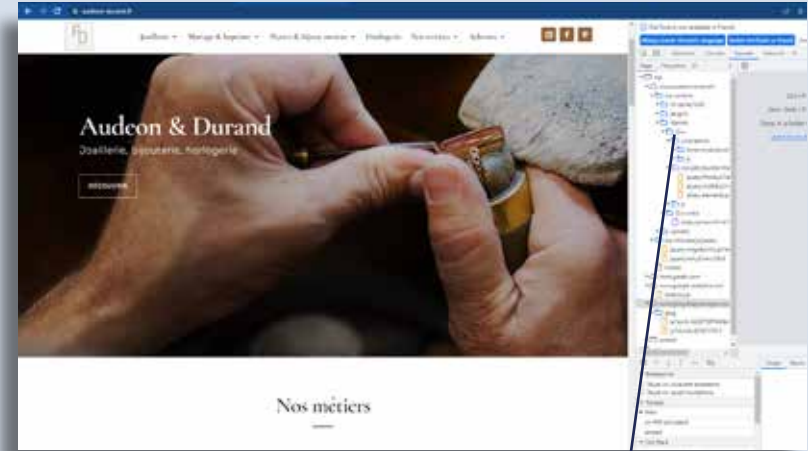
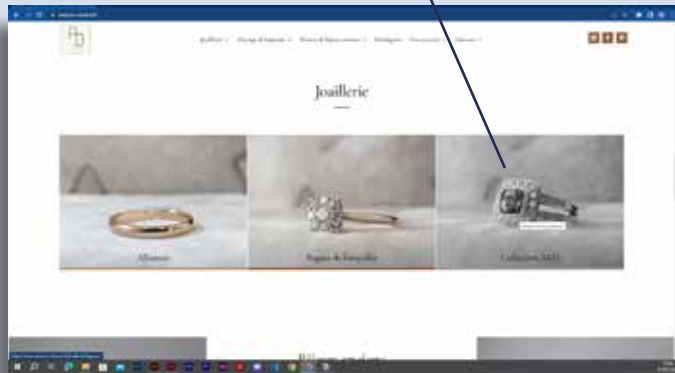
Joaillerie
Mariage & baptême
Pierres & bijoux
anciens
Horlogerie
Nos services
Adresses

+ des sous menu

Les pages étant très
longues, le menu
permet aux visiteurs
de passer à une page
suivante si les éléments
ne les intéressent pas.



Les photos se mettent en ton de gris lorsqu'on passe la souris dessus



Le site à été créer avec le thème WordPress DIVI, ce qui peu être une cause de la lenteur du chargement.



Le footer est composé de 3 colonnes :

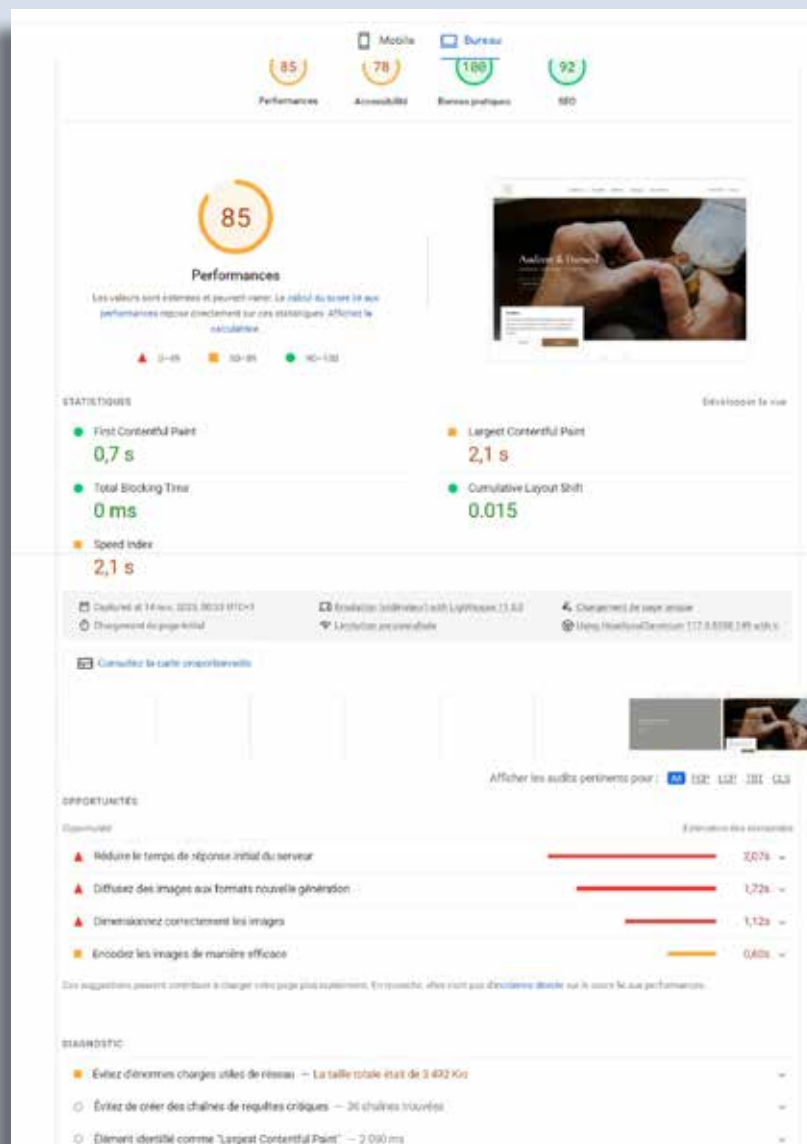
- Coordonnées de l'atelier
- Coordonnées de la boutique
- Coordonnées de Paris où la visite est possible sur rdv

Les mentions légales sont uniquement accessibles sur le bas du footer.

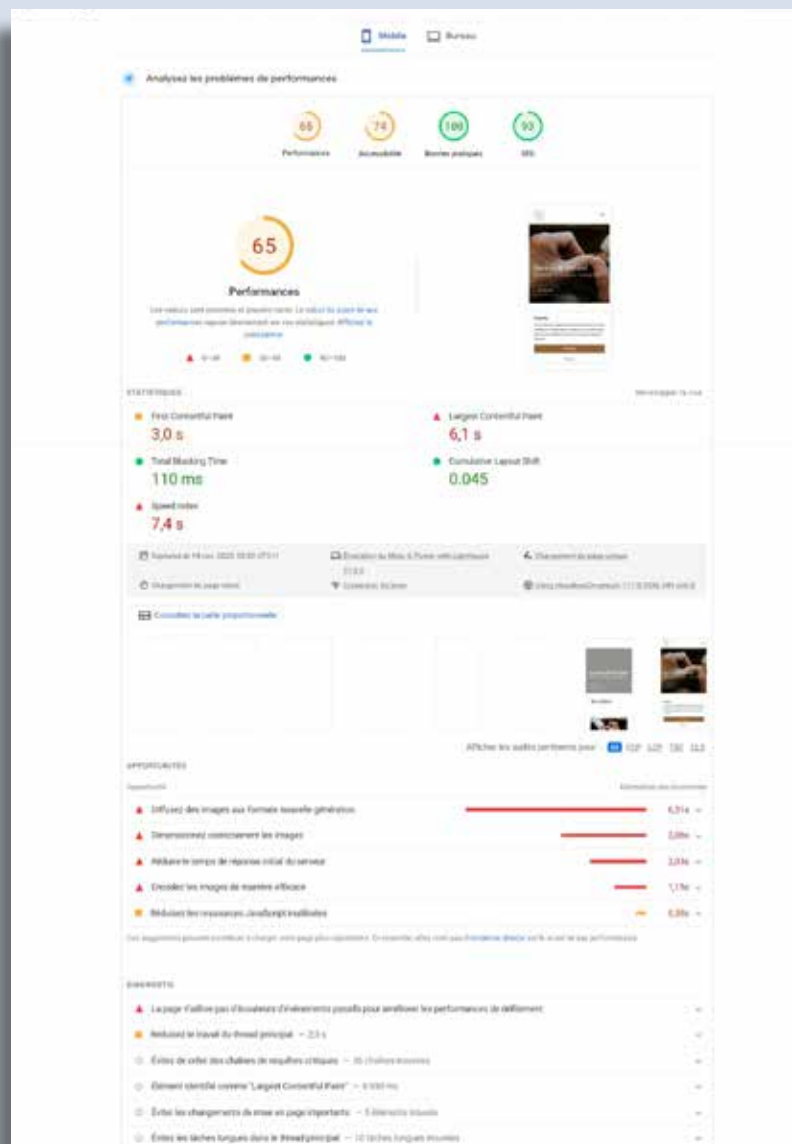


D'après PageSpeed Insights :

Sur bureau score faible en accessibilité 78% et 85% en performance



Sur mobile score faible en accessibilités 74% et 65% en performance



Sur la page Accueil



Liens vers leurs réseaux sociaux



Liens sociaux également présents sur le menu fixe. Ainsi que sur tout le sous-menu Joaillerie mais pas sur le reste des pages du site.



Trop de vide autour de ces liens qui fait beaucoup trop scroller jusqu'au bas de page et qui peut faire partir le visiteur.

Le plus pertinent aurait été de mettre ces liens dans le bloc adresses.



Il n'y a pas de bouton pour diriger vers un formulaire de contact, ni de page contact dans le menu.

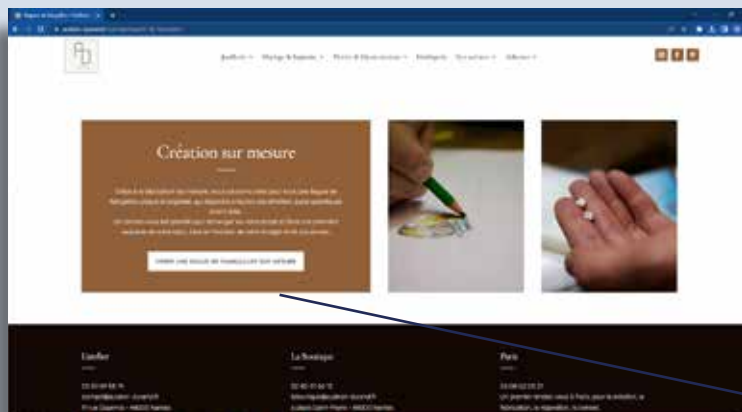
Pourtant la page contact d'un site web a pour objectif premier de conserver le lien avec le visiteur afin que ce dernier réalise une action précise sur le site. La page contact permet également de communiquer l'ensemble des coordonnées de l'entreprise et d'augmenter sa visibilité grâce au référencement.



Les seuls autres boutons du site sont pour la prise de rendez-vous pour du sur mesure..



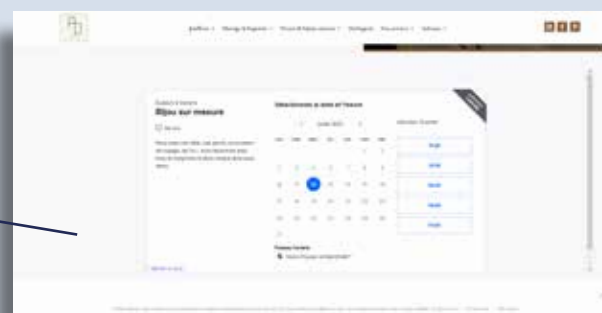
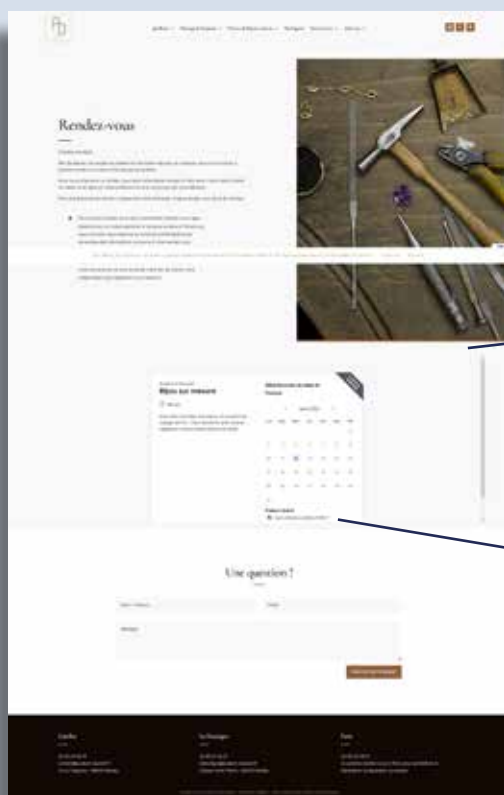
Les Boutons



Sur les sous-pages «Bagues de fiançailles» et «Pierres» il y a un bouton CRÉER UN BIJOU SUR MESURE



Sur les pages «Création sur mesure» et «Transformation et réparation» il y a un autre bouton PRENDRE UN RENDEZ-VOUS qui mène vers une nouvelle page «Rendez-vous»



Sur la page «Rendez-vous» il y a un tableau pour choisir son créneau.



Version mobile

- + Le site à un plus beau design sur mobile que sur pc.
- + Il est plus facile d'accès avec le scroll.
- + Le logo à une taille mieux proportionnée donc plus visible que sur la version ordinateur.
- Le chargement est lent.
- Le footer est très grand sur mobile.
- Sur le footer les coordonnées ne sont pas cliquables pour le téléphone et le mail.

Entreprise :	Audeon & Durand
Produits :	Bijoux
Services :	Joaillerie, bijouterie, horlogerie
Service à la clientèle :	Service d'horlogerie - Création sur-mesure - Transformation et réparation - Expertise bijoux et pierres Lundi fermé Mardi 09h00-18h00 Mercredi 09h00-18h00 Jeudi 09h00-18h00 Vendredi 09h00-18h00 Samedi 09h00-18h00 Dimanche fermé
Clientèle :	femmes - hommes
Publicité / Promotion :	Site internet
Emplacement :	L'atelier 02 40 69 55 19 contact@audeon-durand.fr 11 rue Copernic • 44000 Nantes La Boutique 02 40 47 66 12 laboutique@audeon-durand.fr 6 place Saint-Pierre • 44000 Nantes Paris 06 08 62 03 21

Local :	
Autre :	SARL AUDEON DURAND est en activité depuis 27 ans.

En conclusion

En conclusion, l'analyse approfondie du site concurrent Audeon et Durand a permis de mettre en évidence divers aspects. Certains se distinguent positivement, tels que la navigation intuitive avec un menu fixe et des effets visuels interactifs, pouvant servir d'inspiration. Cependant, des ajustements sont nécessaires pour éviter les déficits observés chez la concurrence.

Il est crucial d'optimiser la visibilité du logo, d'améliorer la performance du site en choisissant judicieusement le thème et en minimisant le temps de chargement. La disposition des liens sociaux et du menu mobile doit être réfléchi pour garantir une expérience utilisateur fluide, sans décourager les visiteurs par un défilement excessif.

Pour surmonter ces déficits, la création du site pour Marion peut bénéficier d'une approche bien pensée et efficace. En tirant parti des bonnes pratiques et en évitant les problématiques identifiées, le site peut être conçu de manière attrayante, performante et alignée sur les attentes de Marion et de ses visiteurs. Les recommandations issues de cette analyse peuvent guider la conception d'un site optimisé répondant aux besoins spécifiques de Marion Heijnis.

2.3 STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET MARKETING

La stratégie de communication pour Marion, créatrice de bijoux, se construit autour de la singularité et de l'upcycling. L'approche globale vise à créer une expérience immersive, soigneusement pensée pour refléter chaque création. Chaque décision, des médias sociaux au site Internet moderne, contribue à tisser une histoire captivante et à établir une connexion authentique avec le public. Cette approche centrée sur l'art, la créativité et la durabilité définit l'identité distinctive de Marion dans l'univers des bijoux.

Identité Visuelle :

J'ai créé une identité visuelle percutante, bien plus qu'une simple esthétique, un élément essentiel dans une stratégie globale. Conçue pour captiver et retenir l'attention du public, renforçant ainsi sa présence sur le marché.

Site Web Moderne :

Le site met en avant le PUV dès la page d'accueil, expliquant en quoi ces bijoux se distinguent par leur côté upcycling et unique. Utilisation de métaux précieux tels que l'argent, le laiton et le cuivre, ainsi que des matières recyclables comme le bois, le tissu, le verre, la céramique et l'os.

Présence sur les Médias Sociaux :

Utilisation des médias sociaux pour partager l'histoire de l'entreprise et susciter l'engagement des potentiels clients. Publication régulière de contenu mettant en avant le processus de création et les événements auxquels Marion participe.

Réservation en Ligne:

Mise en place d'une réservation en ligne pour les ateliers de création de bijoux et d'assemblage dès la page d'accueil du site. Facilitation du processus d'engagement des clients.

Boutique en Ligne:

Intégration d'un lien vers la boutique sur le nouveau site internet pour une expérience d'achat fluide et pertinente.

Achat à l'Atelier:

Pour une expérience plus personnelle, possibilité d'achat à l'atelier avec Marion, renforçant la connexion entre elle et ses clients.

Participation aux Événements:

Engagement dans des marchés et expositions chaleureux et festifs. Opportunité pour les clients d'interagir avec Marion et effectuer des achats en direct, renforçant les liens avec la clientèle.



2.3.1 Stratégie des médias sociaux

Stratégie de contenu :

La création de contenus de qualité est essentielle pour Marion, favorisant une visibilité soutenue, stimulant l'interaction du public, consolidant la réputation de son travail et établissant des liens solides avec sa clientèle.

Pour Marion, l'**objectif** principal de sa stratégie en ligne est d'accroître la visibilité et de construire une présence forte, affirmant ainsi sa personnalité et ses valeurs. Cette visibilité renforcera la reconnaissance de son art en tant qu'experte dans le domaine des bijoux uniques. Une autre ambition est de créer une communauté autour de l'upcycling, en favorisant l'interaction et la fidélisation pour renforcer la loyauté des clients et en attirer de nouveaux. Les réseaux sociaux seront utilisés pour mettre en avant les nouvelles créations et des événements spéciaux, suscitant l'enthousiasme de la communauté et incitant à découvrir les nouveaux produits. En partageant des contenus reflétant ses valeurs et son travail, Marion renforcera son statut de confiance dans le domaine de la création.

Dans le cadre de l'**optimisation de son profil** Instagram et Facebook, j'ai recommandé à Marion d'ajuster sa photo de profil en y intégrant le logo afin d'optimiser la reconnaissance visuelle. De plus, la mise à jour du lien vers son nouveau site web, la vérification des coordonnées de contact et la révision de sa biographie sont préconisées pour assurer une présentation professionnelle et cohérente sur ces plateformes.

Planification éditoriale :

La planification éditoriale stratégique que j'ai mise en place pour Marion repose sur des publications régulières, programmées chaque lundi à 13h, moment optimal pour son audience. À travers Notion, j'ai créé un planning détaillé incluant les dates de publication, le type de contenu (vidéo ou image), et les thèmes associés.

Les visuels complets, intégrant commentaires et hashtags pour maximiser la visibilité, sont enregistrés sur le Meta Business de Facebook, assurant une coordination fluide entre Facebook et Instagram.

Cette approche garantit une présence constante et engageante, renforçant la notoriété de son art et maintenant l'engagement des abonnés. La régularité crée des attentes, fidélisant ses followers et attirant de nouveaux amateurs.

Le plan s'étend jusqu'à la Saint-Valentin pour une communication cohérente et impactante. Par la suite, je guiderai Marion pour intégrer ces publications sur la page Actualités de son nouveau site, offrant une vitrine dynamique de son actualité et de ses événements à venir.





Calendrier Éditorial “De Boucle à Oreille”

Réseau	Date de publication	Type	#	État
Facebook et Instagram	@02/10/2023	Vidéo	#NouveauLogo #Créativité #BijouxUniques	Publié
Facebook et Instagram	@09/10/2023	Vidéo	#NouveauxBijoux #SneakPeek	Publié
Facebook et Instagram	@16/10/2023	Image	#AteliersCréatifs #ModelageTerre #CréationDeBijoux #WeekendCréatif #Créativité #RéservationOuverte	Publié
Facebook et Instagram	@23/10/2023	Vidéo	#CréationEnArgent #Artisanat	Publié
Facebook et Instagram	@31/10/2023	Image	#HalloweenJewelery #bijouxencuivre	Publié
Facebook et Instagram	@06/11/2023	Image	#BijouxPersonnalisés #CréationsUniques	Publié
Facebook et Instagram	@13/11/2023	Image	#RecyclageCréatif #BijouxÉcoResponsables	Publié
Facebook et Instagram	@17/11/2023	Image	#ArtisanatEngagé #créationcollaborative	Publié

Réseau	Date de publication	Type	#	État
Facebook et Instagram	@20/11/2023	Image	#MarchéArtisanal #CréateursLocaux #OudonEvents #CadeauxUniques.	Publié
Facebook et Instagram	@27/11/2023		#CréationMétiersdArt #ArtisanatdException #CitésdesCongrèsNantes #DénichezMétiersdArt	Publié
Facebook et Instagram	@04/12/2023	Image	#IdéesCadeaux #FêtesUniques	Validé
Facebook et Instagram	@11/12/2023	Image	#NouveauSiteWeb #BientôtEnLigne	Validé
Facebook et Instagram	@15/12/2023	Vidéo	#NouveauSiteWeb #DécouverteEnLigne	Validé
Facebook et Instagram	@18/12/2023	Image	#FêtesÉblouissantes #BijouxUniques	Validé
Facebook et Instagram	@23/12/2023	Image	#NoëlÉtincelant #CadeauxUniques	Validé
Facebook et Instagram	@31/12/2023	Image	#NouvelleAnnéeÉlégante #BijouxChic	Validé
Facebook et Instagram	@08/01/2024	Vidéo	#NouveauxDéparts #BijouxUniques	Validé
Facebook et Instagram	@22/01/2024	Vidéo	#ÉléganceColorée #colliersmultirangs	Validé
Facebook et Instagram	@29/01/2024	Image	#MaisonDesCréateurs #ArtEICréativité	Validé
Facebook et Instagram	@12/02/2024	Image		Validé
Facebook et Instagram	@14/02/2024	Image	#AmourUnique #SaintValentin #Personnalisation	Validé

Publications sur Facebook :

● FILMS

● IMAGE



Publication du 02/10/2023



Publication du 09/10/2023



Publication du 16/10/2023



Publication du 23/10/2023



Publication du 31/10/2023



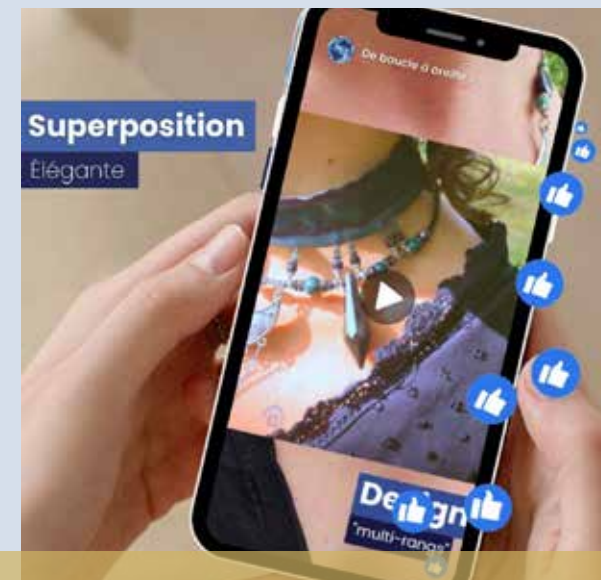
Publication du 06/11/2023



Publication du 13/11/2023



Publication du 08/01/2024



Publication du 22/01/2024



Publication du 29/01/2024



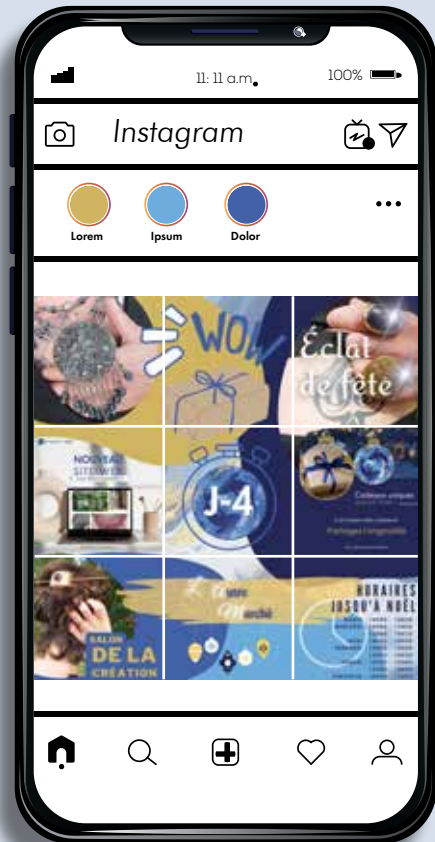
Publication du 12/02/2024



Publication du 14/02/2024

Publications sur Instagram :

Création d'une grille puzzle.



Publication du 31.12.2023



Publication du 23.12.2023



Publication du 18.12.2023



Publication du 15.12.2023



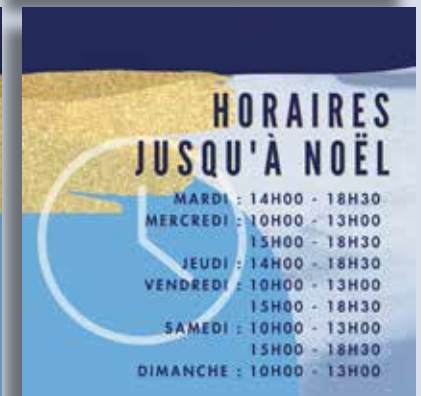
Publication du 04.12.2023



Publication du 27.11.2023



Publication du 20.11.2023



Publication du 17.11.2023



Exemple de publication :

Visuel de haute qualité.

Légende intéressante et engageante : raconter une histoire liée au contenu.

Hashtags pertinents qui contribueront à la découverte des publications par un public plus vaste.

- Planification : programmation de la publication via Meta Business avec des recommandations d'horaires pour atteindre le public cible aux moments où il est le plus actif.



3.0 CAHIER DES CHARGES

3.0 CAHIER DES CHARGES

Le cahier des charges est un document essentiel pour formaliser les attentes d'un projet, favorisant la clarification des besoins, l'alignement des attentes entre le client et l'équipe, et facilitant la communication tout au long du projet. Il sert également de référence pour le contrôle, la gestion des risques, et doit regrouper des informations telles que la présentation de l'entreprise, les objectifs du projet, les fonctionnalités prévues, la structure du projet, et les besoins connexes. Un cahier des charges complet assure une compréhension commune et une gestion efficace du projet.



3.1 PRÉSENTATION DE L'ACTIVITÉ

Nom de l'entreprise :	de Boucle à Oreille
Année de création :	2004
Nombre d'employés :	
Site internet actuel :	<input checked="" type="checkbox"/> https://deboucle-aoreille.com
Secteur d'activité :	<input type="checkbox"/> Artisanat <input type="checkbox"/> E-commerce <input type="checkbox"/> Finance <input type="checkbox"/> Industrie <input type="checkbox"/> Informatique <input type="checkbox"/> Marketing <input type="checkbox"/> Autre :
Présentation de l'activité :	Création - Fabrication et ventes de bijoux artisanaux et pièces uniques.
Les services ou produits vendus :	Bijouterie _ Bijoux artisanaux argent-laiton-cuivre et pierres naturelles (bague, collier, bracelet, pique à cheveux, barette à cheveux et fibule).

Analyse de l'existant

La solution utilisée actuellement :	Wordpress
L'hébergement utilisé :	Wordpress.com
Le nombre de pages :	6
Les plugins utilisés :	Aucun
Le type de site :	Site vitrine en construction
Les documents concernant la charte graphique existante :	Pas de charte graphique
Le nombre de personnes engagées sur ce projet :	1

3.2 LE PROJET

3.2.1 Description du projet :

Le projet de Marion Heijnis se déclinera autour d'une identité visuelle forte, symbolisée par un logo élégant composé de deux poissons entrelacés. Ce logo représentera à la fois son signe astrologique et le poinçon distinctif, témoignant ainsi du caractère artisanal unique de ses créations.

Dans le cadre de ce projet, un site web intuitif sera développé, offrant aux visiteurs un aperçu détaillé du processus de fabrication de ses bijoux. Ce site, connecté à sa boutique en ligne, mettra en lumière le savoir-faire exceptionnel de Marion et présentera ses créations uniques.

La stratégie de communication de Marion s'appuiera largement sur les réseaux sociaux. Les publications sur ces plateformes reflèteront ses valeurs d'upcycling et contribueront à l'établissement d'une communauté engagée autour de son travail artistique.

En complément de sa présence en ligne, un flyer élégant viendra renforcer sa stratégie de communication. Ce support informera de manière attrayante ses clients des différents types d'ateliers destinés aux enfants et aux adultes.

L'objectif global de ce projet sera de renforcer la visibilité de Marion Heijnis, de promouvoir son savoir-faire artisanal, et d'interagir de manière significative avec sa communauté.

3.2.2 Les besoins :

D'après la grille de questionnaire et les réponses obtenues de Marion, plusieurs besoins clés se dégagent pour guider au mieux son projet.

En premier lieu, il apparaît essentiel de mettre en place une identité visuelle forte grâce à la création d'une **charte graphique**. Cette dernière sera un guide visuel assurant une cohérence esthétique tout au long de ses créations.

Parallèlement, la nécessité d'un **logo** distinctif prend tout son sens, servant de représentation unique de son style artisanal au sein de la Maison des Créateurs. Ce logo deviendra ainsi l'emblème visuel caractéristique de son travail singulier.

En prévision des ventes en personne, l'idée d'une **carte de visite** pratique émerge comme une solution pertinente. Cette carte, destinée à accompagner les bijoux lors des transactions, facilitera les échanges avec les clients, renforçant ainsi son professionnalisme.

Concernant son **site internet**, bien que Marion ait déjà commencé sa création, il est suggéré d'explorer de nouvelles options pour optimiser le site, assurant ainsi une présence en ligne efficace avec un hébergement et un nom de domaine adaptés.

Enfin, l'intégration d'un **flyer** élégant dans la stratégie de communication vise à présenter de manière attractive ses bijoux et les ateliers proposés. Ce support imprimé contribuera à accroître la visibilité de son travail.



Ancien site :

Voici la page d'accueil du site que Marion avait débuté. Les couleurs bleues et vertes présentes ne sont pas coordonnées. Pour la page des stages, j'ai conseillé à Marion de renommer cette page «Les ateliers» afin de mieux capturer l'esprit créatif et éducatif de ces sessions. Ce choix vise à orienter les visiteurs vers une expérience plus engageante et explicite.



Depuis cette page d'accueil, on peut également accéder à la page des bijoux. Cependant, cette dernière ne met pas en valeur ses créations, car les photos sont trop sombres et pixellisées, ce qui peut affecter la qualité visuelle et rendre l'expérience moins attrayante pour les visiteurs.

<https://deboucle-aoreille.com>

3.2.3 Objectifs du Projet :

L'objectif du projet est d'accroître la visibilité de l'entreprise De Boucle à Oreille et d'augmenter les ventes à la fois en ligne et à l'atelier des créateurs.

Les pages du site seront retravaillées avec l'ajout d'une nouvelle section appelée «Actualités». Cette nouveauté dans le menu ne se limite pas à informer sur les événements récents. La page «Actualités» partagera des histoires inspirantes sur la création des bijoux, les matériaux utilisés, et les coulisses de l'atelier. Elle présentera également les événements spéciaux, les collaborations artistiques et les succès récents de l'entreprise.

Dans un premier temps, le site sera en français, mais une version anglaise est prévue. Cette démarche vise à offrir une expérience plus riche aux visiteurs et à renforcer l'engagement de Marion envers une communication ouverte et une interaction accrue avec sa clientèle.

Cette initiative contribuera à fidéliser les clients existants et à attirer de nouveaux amateurs de bijoux uniques. En créant une connexion plus étroite avec les clients, le site de De Boucle à Oreille deviendra non seulement un lieu d'achat de bijoux exceptionnels, mais aussi une communauté dynamique et engagée. Cela renforce la réputation de Marion en tant que créatrice passionnée et positionne son entreprise comme un acteur innovant dans le domaine du bijou artisanal.

3.2.4 Fonctionnalités Requises :

Type de site :

- ✓ Site vitrine
- E-commerce
- Blog
- Site d'affiliation
- Place de marché

Fonctions attendues :

- ✓ Formulaire de contact
- Espace client ou membre
- ✓ Blog
- ✓ Multilingue
- ✓ Contenus multimédias (photos, vidéos) Géolocalisation
- Paiement

Demandes spécifiques :

- Lien avec le site de e-commerce.
- En responsive sur mobile/tablette.

3.2.5 Contraintes techniques :

Faire un shooting photos car les photos transmises sont trop sombres et pixéllisées.



Pour obtenir une luminosité et un éclat naturel, j'ai réalisé le shooting en extérieur pour mettre en valeur les matériaux et les pierres.



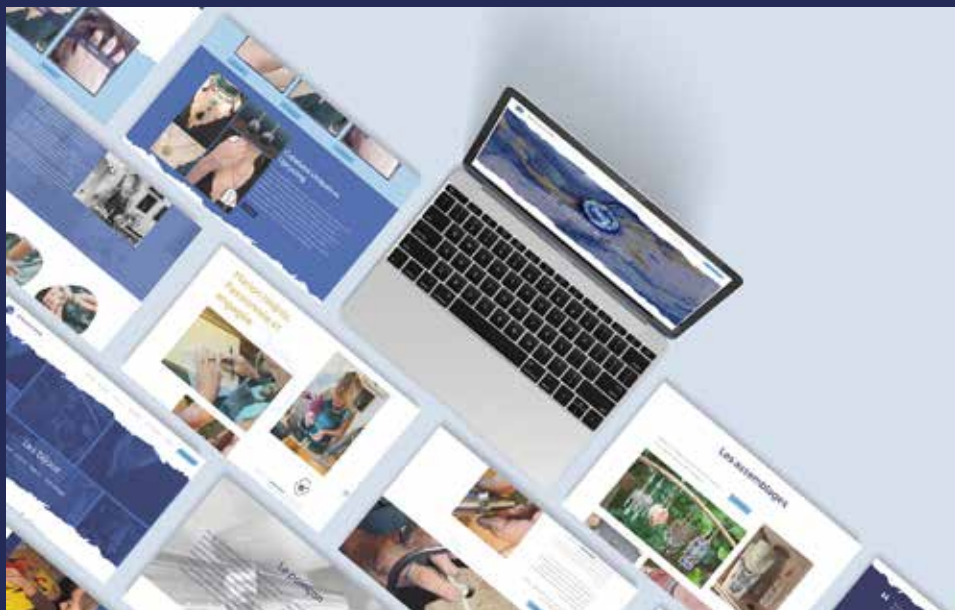
3.2.6 Besoins Connexes :

Besoins marketing :

- Logo
- Carte de fidélité
- Flyers
- Vitrophanie
- Pochette pour les bijoux

- Rédaction de contenus
- Publications sur les réseaux sociaux
- Site internet
- Photos des produits
- Vidéo de la fabrication

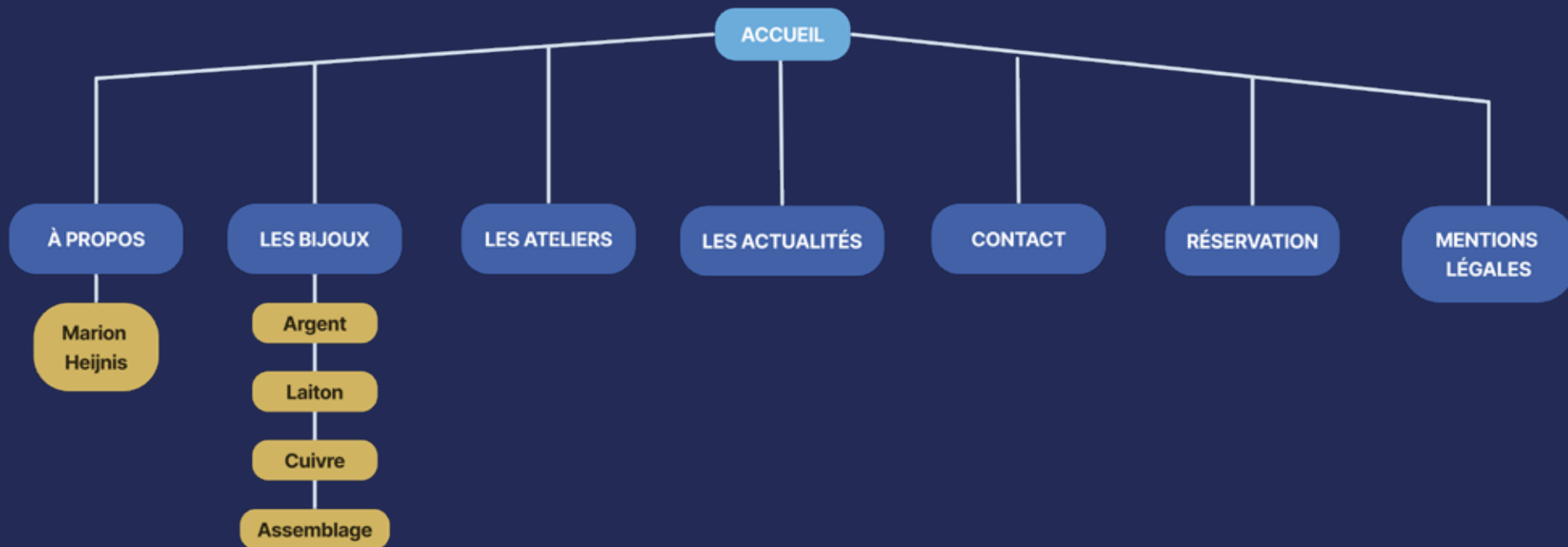




3.2 PAGES ET ARBORESCENCE

L'arborescence d'un site web, composée de pages et de sous-pages, est une représentation visuelle de la structure hiérarchique des contenus. Les pages principales agissent comme des points centraux, tandis que les sous-pages sont organisées de manière à offrir une navigation détaillée et structurée. Cette architecture facilite la compréhension et l'accès aux informations, contribuant à une expérience utilisateur fluide et ordonnée.

3.3.1 Arborescence :



Accueil

Page principale du site.

À propos

Informations sur l'entreprise.

Marion Heijnis: Présentation personnelle de la créatrice.

Les bijoux

Découverte des différents types de bijoux.

Argent: Bijoux en argent.

Laiton: Bijoux en laiton.

Cuivre: Bijoux en cuivre.

Collection des assemblages

Ateliers

Présentation des types d'ateliers proposés.

Réservation: Possibilité de réserver un atelier.

Contact: Informations pour contacter l'entreprise.

Actualités

Partie Blog:

Répertoire des articles également présents sur les réseaux sociaux.

Partie Ateliers à venir:

Présentation des futurs ateliers avec possibilité de réservation.

Contacts

Coordonnées de l'entreprise.

Mentions légales

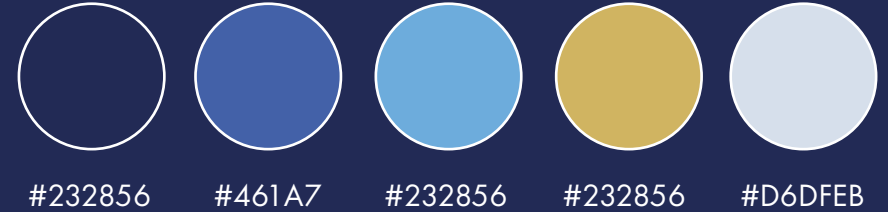
Informations juridiques.

3.3.2 Design :

Exigences graphiques :

ÉLÉMENTS	FOURNIS	À CRÉER
Logo		✓
Charte graphique		✓
Maquette		✓
Typographie		✓
Autre :		✓

Les couleurs et les effets du site :



Les polices à utiliser :

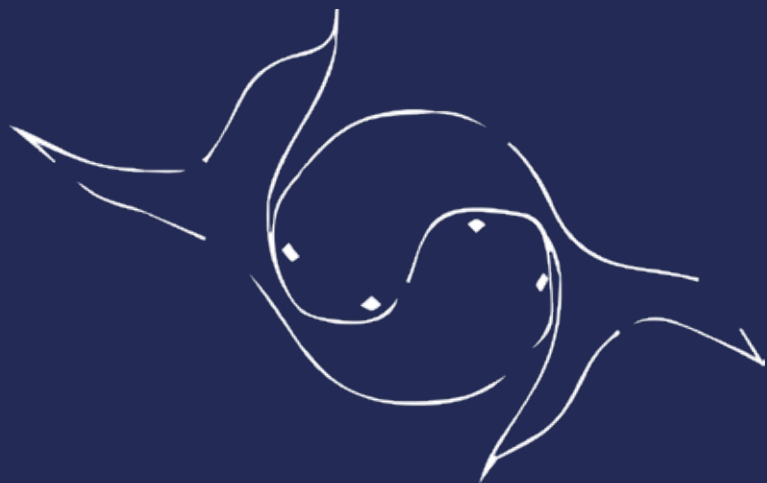
COVENTRY GARDEN pour les titres

Futura pour le print

Poppins pour le web

Les éléments à conserver :

Idem site actuel + actualités + lien avec facebook et instagram



Marion utilisait initialement comme logo le dessin présent sur son poinçon, qui lui sert à marquer ses bijoux en argent. Ce dessin représente deux poissons, symbolisant le signe astrologique de la créatrice et son ascendant.

Lorsqu'elle a demandé la création de son logo, elle souhaitait partir de ce dessin tout en préservant la représentation des deux poissons.

3.3.3 Dérroulement du projet :

Marion me confie chaque étape du projet, et je veille à obtenir sa validation à chaque progression. Les échanges se font principalement sur Messenger, avec des rendez-vous en présentiel réguliers pour la tenir informée de l'avancement. Les délais sont fixés, avec l'objectif de finaliser tous les éléments d'ici la fin novembre 2023.

Je me suis également rendu à ses portes ouvertes pour capturer de nouvelles images. Cet événement a été l'occasion pour moi de concevoir un tract promotionnel, non seulement pour Marion, mais également pour les deux autres artistes présents à la Maison des Créateurs.

Les premières publications sur les réseaux sociaux ont débuté le 2 octobre, marquant le démarrage de la communication autour du projet. La communication officielle pour annoncer le lancement du nouveau site est prévue pour le 15 décembre. Cette date a été délibérément choisie pour permettre une présentation anticipée du projet au jury, afin de recueillir leurs retours constructifs. Ces retours pourraient entraîner d'éventuelles corrections ou modifications avant la mise en ligne publique du site.



4.0 RESSOURCES VISUELLES

4.1 PLANCHE TENDANCE

Une planche tendance, également appelée moodboard, est une composition visuelle présentant une sélection d'images, de couleurs, de textures et de styles qui reflètent l'esthétique et l'ambiance souhaitées pour un projet créatif. Elle sert de référence visuelle pour guider le processus de conception en capturant l'inspiration et en définissant la direction artistique.

4.1.1 Première planche proposée :



La première planche tendance était axée sur les nuances de couleurs inspirées du lapis lazuli, une pierre que ma cliente affectionne particulièrement et qu'elle utilise fréquemment dans la conception de ses bijoux.

Cette planche présentait des teintes allant du bleu gris au bleu ciel, en passant par des tons de bleu foncé et de bleu presque marine. L'atmosphère globale de cette planche était une combinaison harmonieuse de bois, de pierre et d'or, agrémentée de motifs de poissons, qui symbolisaient le poinçon utilisé par la cliente pour marquer ses bijoux en argent. Le tout était magnifié par des touches subtiles d'aquarelle.

4.1.2 Deuxième version :



La cliente a trouvé la deuxième planche très belle, mais elle a eu un véritable coup de cœur pour les couleurs du lapis lazuli de la première planche tendance.

Cela signifie que la cliente a préféré la palette de couleurs bleues, associée à l'ambiance bois-pierre-or et aux éléments liés à son logo. Cette préférence sera prise en compte dans la conception de sa charte graphique, mettant ainsi en avant les couleurs du lapis lazuli qui ont captivé son attention.

4.2 CHARTE GRAPHIQUE

Une charte graphique est un ensemble de règles, de directives et d'éléments visuels qui définissent l'identité visuelle d'une marque, d'une entreprise ou d'un projet. Elle vise à garantir une cohérence et une uniformité dans la communication visuelle, que ce soit sur le site web, les supports imprimés, les réseaux sociaux, etc.

4.2.1 Logo :

La créatrice a souhaité intégrer les deux poissons de son poinçon, utilisé pour marquer ses bijoux en argent, dans le logo. Ces poissons entrelacés représentent son signe astrologique et son ascendant. La forme du logo rappelle l'icône du recyclage, renforçant visuellement son engagement envers la durabilité. Le fond du logo, inspiré de la texture du lapis lazuli, la pierre précieuse favorite de Marion, crée une connexion entre son art et ses préférences personnelles. La version principale adopte une forme de tâche artistique, soulignant le côté créatif, tandis que la version secondaire est une forme ronde entourant les poissons. Des variations en gris et en noir et blanc offrent une polyvalence visuelle pour différentes applications.

Versions Principales :

Avec et sans le nom de l'entreprise.



DE BOUCLE À OREILLE



Dessin des poissons à la plume sur Illustrator.

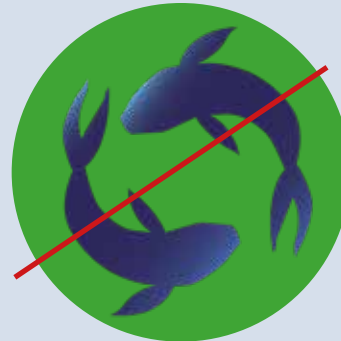
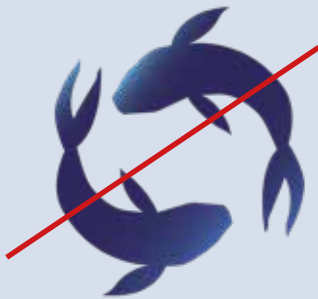


Création du fond avec des brushes watercolor de différentes formes et couleurs pour représenter la pierre Lapis Lazuli. Puis création de la forme avec un masque de calque sur Photoshop.

Utilisations Autorisées :



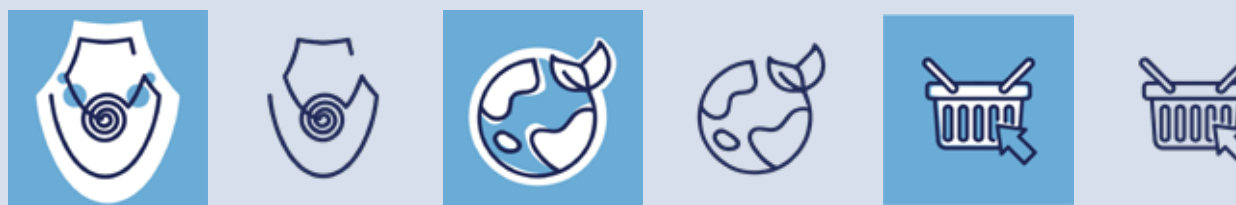
Utilisations Interdites :



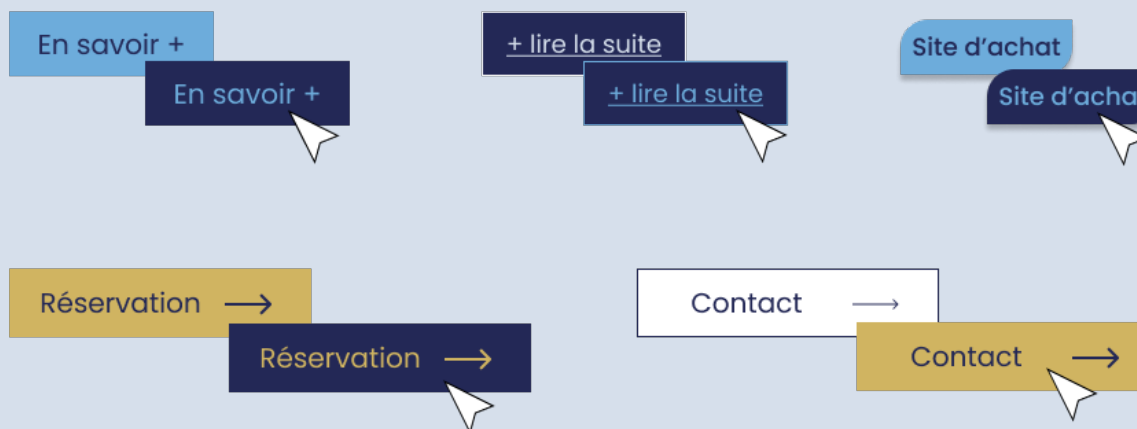
Il n'est pas possible d'utiliser d'autres couleurs que celles de la charte graphique pour des fonds.

4.2.2 Icônes et Éléments d'interfaces :

Les icônes simplifient la communication visuelle. Elles sont utilisées dans les applications, les sites web et les présentations pour rendre les interactions plus compréhensibles.



Les éléments d'interface utilisateur, tels que les boutons, les menus déroulants et les icônes de navigation, sont souvent créés en vectoriel pour s'adapter à différentes résolutions d'écran.

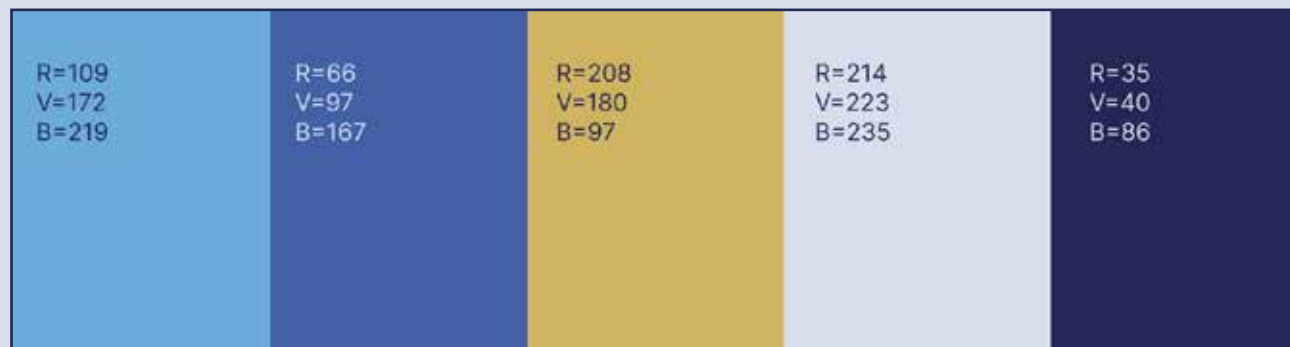


4.2.3 Couleurs :

Codes couleurs pour le print en CMJN



Codes couleurs pour le web en RVB



Les couleurs avaient été suggérées dans la planche tendance, avec une seule exigence de Marion : des nuances de bleu clair et foncé. J'ai donc sélectionné trois nuances de bleu de plus en plus foncé. J'ai également proposé du gris clair pour la touche « argent » et la couleur jaune pour évoquer le cuivre et le laiton.

4.2.4 Analyse de contraste

The image displays three examples of color contrast analysis using Adobe Color's Contrast Checker. Each example includes a color selection interface, a contrast ratio, and a preview of the text on a background.

- Example 1:**
 - Color 1: #232856 (Dark Blue)
 - Color 2: #FFFFFF (White)
 - Contrast Ratio: 13,91 / 1 (Success)
 - Status: Réussite
- Example 2:**
 - Color 1: #4261A7 (Medium Blue)
 - Color 2: #D6DFEB (Light Blue)
 - Contrast Ratio: 4,46 / 1 (Failure)
 - Status: Échec
- Example 3:**
 - Color 1: #6CACDB (Medium Blue)
 - Color 2: #D6DFEB (Light Blue)
 - Contrast Ratio: 1,82 / 1 (Failure)
 - Status: Échec

Each example also features a preview section with text: "Plus le contraste de couleur est élevé, plus la lecture est facilitée." (The higher the color contrast, the easier the reading is.)

L'analyse de contraste réalisée avec Adobe Color est cruciale pour évaluer la lisibilité des couleurs sur le site. Les scores obtenus, comme le contraste adéquat entre #ffffff et #232856, indiquent une bonne visibilité.

Cependant, des échecs, comme entre #d6dfeb et #4261a7, montrent la nécessité d'ajustements pour garantir une accessibilité optimale.

Les combinaisons avec un mauvais contraste ne seront pas utilisées pour le texte, assurant ainsi une expérience utilisateur positive tout en maintenant un design visuellement attractif.

4.2.5 Typographies :

Texte Print : Futura PT

1234567890 ABCDEFGHIJKlmnopqrstuvwxyz

1234567890 ABCDEFGHIJKlmnopqrstuvwxyz

Texte Web : Poppins

1234567890 ABCDEFGHIJKlmnopqrstuvwxyz

1234567890 ABCDEFGHIJKlmnopqrstuvwxyz

TITRE : COVENTRY GARDEN

1234567890 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Marion avait initialement choisi la police «Coventry Garden», mais après lui avoir expliqué que celle-ci pourrait être trop chargée pour de longs textes, elle m'a autorisé à en rechercher une autre, spécifiant qu'elle préférait une police où la lettre «a» était pleine.

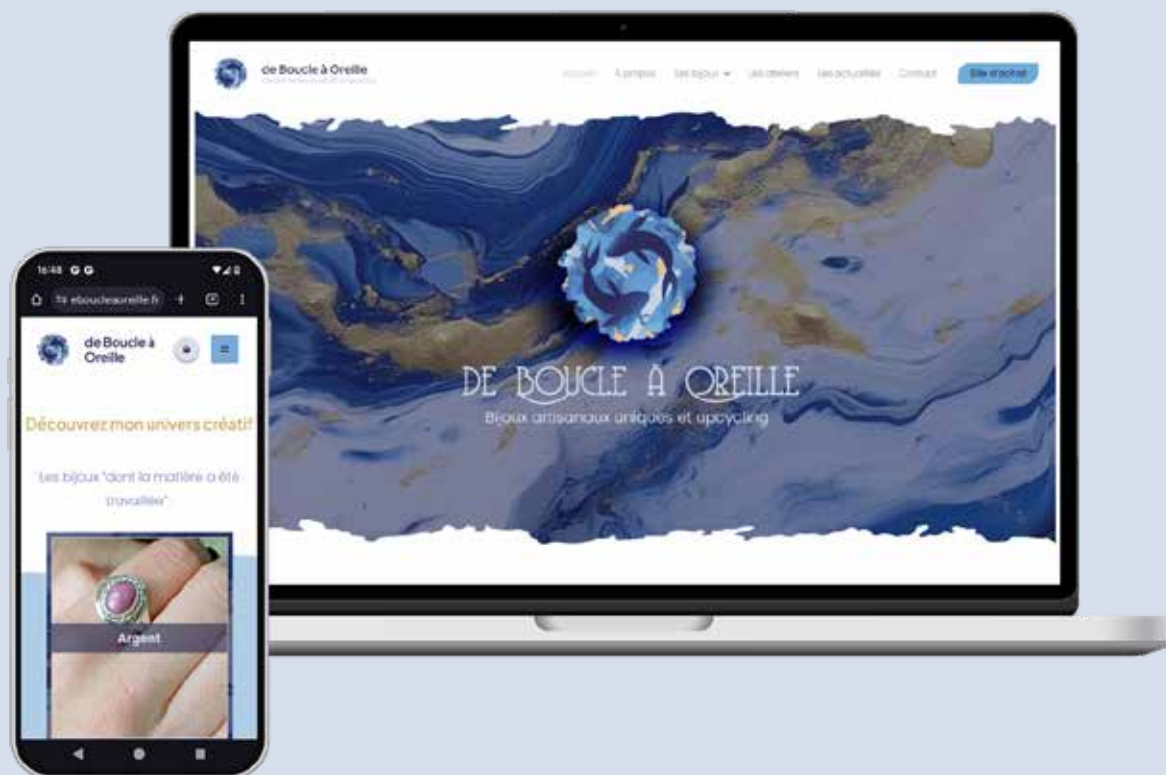
Après avoir exploré quelques options, je lui ai proposé «Futura» en premier lieu.

Cependant, comme cette police n'était pas disponible dans la bibliothèque Google Fonts, j'ai choisi une alternative similaire, «Poppins», tout en veillant à respecter la préférence de Marion pour le «a» plein.

4.2.6 Flexibilité de conception :

La flexibilité de conception, dans le contexte d'une charte graphique, fait référence à la capacité du design à s'adapter à différentes situations, supports ou formats sans perdre son identité visuelle. Elle assure que le design reste cohérent et reconnaissable, quels que soient les changements auxquels il pourrait être confronté.

Par exemple, sur le site mobile, l'en-tête a été enlevé pour rendre la navigation plus facile sur les petits écrans des smartphones. Cela permet de gagner de l'espace et de simplifier la présentation, offrant ainsi une expérience utilisateur plus agréable. L'objectif est d'assurer une navigation claire et simple pour les utilisateurs de téléphones mobiles.

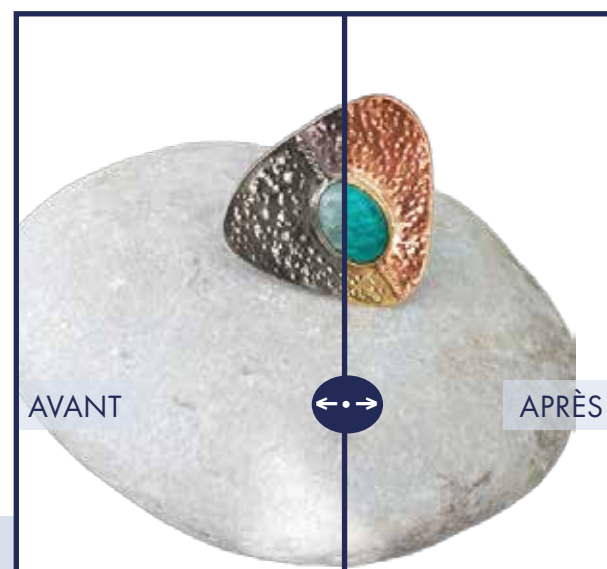


4.3 LES IMAGES TRAITÉES

Les "images traitées" dans le cadre d'une stratégie de communication et de la création d'un site web désignent des visuels modifiés ou retouchés pour optimiser leur impact visuel et s'aligner avec la charte graphique. Ces images peuvent inclure des photos de produits, des éléments graphiques, ou des compositions visuelles spécifiquement conçues pour renforcer la cohérence visuelle de la marque. Leur utilisation vise à améliorer l'esthétique globale du site et à transmettre efficacement le message de l'entreprise.



Détourage précis à l'aide de la Plume et du Masque de fusion dans Photoshop.



Amplification des tons colorés en ajustant la saturation et la vibrance sur Photoshop.



Dans Photoshop, j'ai effectué un recadrage afin de centrer la photo sur la main et le bijou. Pour restituer la véritable couleur de la pierre naturelle, j'ai établi un masque sur l'ovale que j'ai ensuite modifié, en utilisant le mode de fusion "produit".



Taille réelle, 480 px en
96 dpi = 5 cm

En employant Photoshop, j'ai ajusté la taille des images présentant les bijoux en argent, laiton et cuivre à une résolution de 480 px x 480 px, dans le but d'améliorer la qualité visuelle des vignettes destinées au site internet.



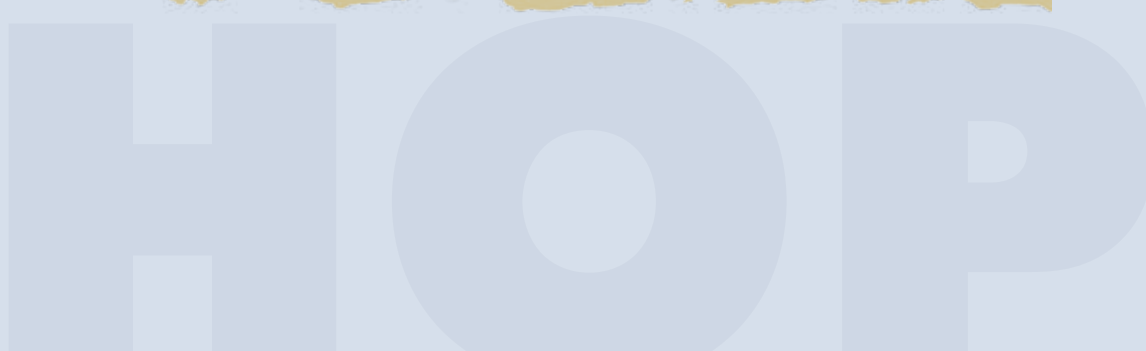


Dans la création des en-têtes pour chaque page du site internet, j'applique un masquage de forme à chaque photo choisie pour définir précisément l'en-tête. En ajoutant un fond avec une opacité, associé à un mode de fusion particulier, cela vient embellir l'ensemble. Ces étapes se combinent pour donner naissance à des en-têtes uniques, créant ainsi une expérience visuelle personnalisée pour chaque page du site.





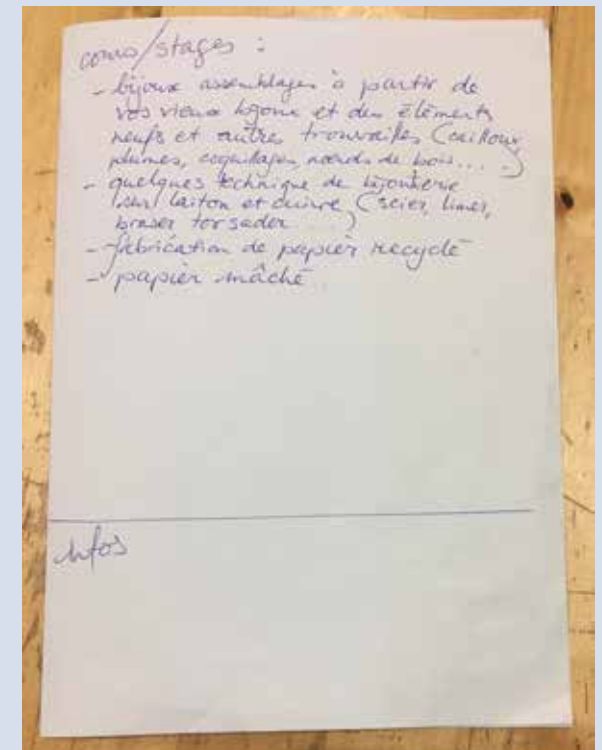
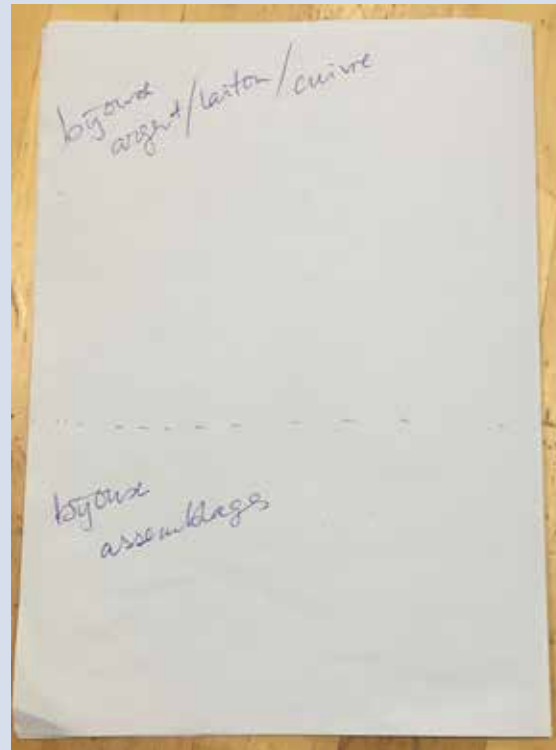
Conception de formes sur Photoshop pour élaborer des arrière-plans avec différentes opacités destinés aux blocs du site internet.



4.4 LE TRACT

Le tract, également appelé dépliant, prospectus ou flyer, est un support de communication imprimé destiné à transmettre rapidement des informations ciblées. Compact et visuellement attractif, il promeut des produits, services, événements ou causes, atteignant un large public grâce à une distribution aisée. Il inclut des éléments clés, tels que des visuels attractifs et des titres accrocheurs, et peut comporter des indications obligatoires selon la législation locale.

La première demande de ma cliente consiste à concevoir un flyer au format A5. D'un côté, elle souhaite présenter visuellement tous les bijoux, y compris ceux en argent, laiton, cuivre, et en perles d'assemblage. De l'autre côté, Marion souhaite mettre en avant les ateliers qu'elle propose, soulignant ainsi la diversité de son offre au-delà des bijoux. Un espace sera réservé aux coordonnées pour fournir les informations pratiques nécessaires.



Suite à la réception de la version 1 du flyer, Marion a exprimé sa satisfaction quant au recto, mettant en avant la perfection des photos des bijoux. Cependant, en examinant le verso, elle a noté quelques éléments manquants. Marion a demandé une correction spécifique, souhaitant remplacer "pierres précieuses" par "pierres fines", précisant qu'elle n'utilise pas de pierres précieuses mais plutôt des "pierres fines". Elle a partagé un

dépliant de 2014 comme référence, indiquant qu'elle ne souhaite pas reproduire exactement ce format, mais envisage un flyer A5 avec d'un côté les bijoux et de l'autre les ateliers. Marion a souligné qu'elle trouve la section des ateliers un peu sommaire, attribuant cela à un éventuel manque d'informations de sa part. Elle a également mentionné ne plus proposer de calligraphie, mais que le reste demeure d'actualité.

Bijoux
● Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 7 ans.

Papier
● Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 5 ans.

Calligraphie
● Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 8 ans.

Marion Heijnis
De Boucle à Oreille
06 87 45 45 21
contact@deboucle-a-oreille.com
www.deboucle-a-oreille.com
500, Côte Saint Aubin
44521 OUDON

De Boucle à Oreille

Bijoux
Papier
Calligraphie

Cours & Stages

Marion Heijnis
Intervenante - Créatrice
vous propose des ateliers
autour du bijou, du papier
et de la calligraphie

L'atelier « De Boucle à Oreille »
vous propose différents cours et stages créatifs : fabrication de bijoux, de papier, réaliser des textes en calligraphie latine, élaboration d'objets à partir de matériaux de récupération. D'autres activités sont aussi envisageables ! N'hésitez pas à vous renseigner.

Des activités pour quelles structures ?
Associations, ALSH, écoles, IME, ESAT, ULIS, CLIS (1), collèges, maisons de retraite (ENRH et EHPAD), particuliers, comités d'entreprise, et aussi temps activités périscolaires dans le cadre du PÉD...

Mon parcours :
Enseignante diplômée aux Pays-Bas et spécialiste en arts plastiques, j'ai commencé à fabriquer mes premiers bijoux en 1978, avant même d'entamer ma formation d'assistante. Plus de 35 ans de création, ma formation d'enseignante et mon expérience en ateliers créatifs me permettent de proposer des cours et des stages de qualité, adaptables au public concerné et/ou avec le support d'un thème choisi ensemble. Sensible à tout ce qui concerne le tri et la récupération, je cherche aussi dans mon travail à exploiter différents matériaux de récupération et à employer des produits locaux ou recyclés à des fins créatives et originales.

Bijoux
Papier
Calligraphie « Latine »

Et pourquoi pas un stage bijoux ?
Les séances proposées vont bien au-delà de l'idée d'« entretenir des perles » !
Du côté matériel, c'est une occasion d'essayer :
- différents fils,
- différentes plaques,
- différentes techniques, que j'adapte aux participants.
Outre les bijoux à confectionner, selon votre inspiration, vous pouvez aussi réaliser des éléments originaux. Ces derniers pourront éveiller vos prochaines créations à partir de matières premières telles que les coquillages, le verre poli, les petits cailloux.

● Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 7 ans.

Le papier
Cet atelier a pour vocation de sensibiliser au tri, à la récupération et au recyclage. Vous découvrirez ainsi l'intérêt et la possibilité de réaliser des économies de bois, d'eau et d'électricité. Mais cet atelier est avant tout une invitation à la créativité : couleurs, incrustations et... délicieux patouillage !

● Atelier de fabrication de papier recyclé pour le côté créatif.
● Atelier de papier mâché (masques, marionnettes, perles, sculptures...)
● Atelier de perles en papier roulé

● Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 8 ans.

Calligraphie « Latine »
Pourquoi latine ?
C'est le terme employé pour la calligraphie des lettres de notre alphabet.
Cet atelier vous initie aux belles écritures telles que la minuscule caroline, l'écriture gothique, mais il a également l'ambition de recueillir tout le monde avec la plume, droitiers comme gauchers !
Outre la calligraphie au sens propre, on peut réaliser ses outils, par exemple, fabriquer un calame en bambou ou roseau, tailler une plume d'oie.

● Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 8 ans.

J'ai ensuite informé Marion de l'importance d'ajouter son numéro de Siret et d'inclure la mention "ne pas jeter sur la voie publique" sur le tract que j'ai réalisé. Ces ajouts visent à assurer une distribution responsable du tract tout en respectant les exigences légales.

J'ai ajusté les dimensions du tract à 80% de sa taille d'origine, le fixant à environ 118 mm de largeur sur 168 mm de hauteur, pour s'aligner avec les dimensions réelles d'un format A5 (148,5 mm x 210 mm). Cette modification vise à optimiser l'intégration du visuel dans le gabarit sur InDesign, en prenant en considération les pages A4 horizontales de mon dossier.



DE BOUCLE À OREILLE

BIJOUX EN ARGENT, LAITON ET CUIVRE

BIJOUX D'ASSEMBLAGE

Maison des Créateurs - 61, rue Alphonse Fouschard - 44521 OUDON
contact@deboucleaoreille.fr - www.deboucleaoreille.fr

LES ATELIERS

REJOIGNEZ-NOUS POUR UNE EXPÉRIENCE UNIQUE !

Et pourquoi pas un atelier bijoux ?

Du côté matériel, c'est une occasion d'essayer :

- différents fils • différentes pinces • différentes techniques que j'adapte aux participants.

Outre les bijoux à confectionner, selon votre inspiration, vous pouvez aussi réaliser des éléments originaux comme des broches à cheveux ou bien des portes-clefs uniques, ...



L'atelier papier a pour vocation de sensibiliser au tri, à la récupération et au recyclage.

Vous découvrirez ainsi l'intérêt et la possibilité de réaliser des économies de bois, d'eau et d'électricité.

Mais cet atelier est avant tout une invitation à la créativité : couleurs, incrustations et...délicieux patouillage !

Les Ateliers :

- Atelier de fabrication de papier recyclé pour sensibiliser le public.
- Atelier de fabrication de papier recyclé pour le côté créatif.
- Atelier de papier mâché (masques, marionnettes, perles, sculptures...)
- Atelier de perles en papier roulé.

*Activité s'adressant aux adultes et aux enfants à partir de 9 ans.

Marion Heijnis • DE BOUCLE À OREILLE

Maison des créateurs • 61, rue Alphonse Fouschard • 44521 OUDON

www.deboucleaoreille.fr

contact@deboucleaoreille.fr • 06 87 45 45 21

Siret 1480 592 436 0004

Ne pas jeter sur la voie publique

Réservez votre place
dès aujourd'hui
et laissez votre
créativité briller !



LES ATELIERS

REJOIGNEZ-NOUS POUR UNE EXPERIENCE UNIQUE !

Et pourquoi pas un atelier bijoux ?

Du côté matériel, c'est une occasion d'essayer :

- différents fils • différentes pinces • différentes techniques

que l'adapte aux participants.

Outre les bijoux à confectionner, selon votre inspiration, vous pouvez aussi réaliser des éléments originaux comme des broches à cheveux ou bien des portes-clés uniques, ...

L'atelier papier a pour vocation de sensibiliser au tri à la récupération et au recyclage.

Vous découvrirez ainsi l'intérêt et la possibilité de réaliser des économies de bois, d'eau et d'électricité.

Mais cet atelier est avant tout une invitation à la créativité : couleurs, incrustations et... délicieux patouillage !

Les Ateliers :

- Atelier de fabrication de papier recyclé pour sensibiliser le public.
- Atelier de fabrication de papier recyclé pour le côté créatif.
- Atelier de papier mâché (masques, marionnettes, perles, sculptures...)
- Atelier de perles en papier roulé.

Marian Heijns • **DE BOUCLE À OREILLE**
 Maison des créateurs • 61, rue Alphonse Fouschard - 44521 OUDON
 www.deboucleaoreille.fr
 contact@deboucleaoreille.fr
 06 87 45 45 21

Maison des Créateurs - 61, rue Alphonse Fouschard - 44521 OUDON
 contact@deboucleaoreille.fr - www.deboucleaoreille.fr

LES ATELIERS

REJOIGNEZ-NOUS POUR UNE EXPERIENCE UNIQUE !

Et pourquoi pas un atelier bijoux ?

Du côté matériel, c'est une occasion d'essayer :

- différents fils • différentes pinces • différentes techniques que j'adapte aux participants.

Outre les bijoux à confectionner, selon votre inspiration, vous pouvez aussi réaliser des éléments originaux comme des broches à cheveux ou bien des portes-clés uniques, ...

L'atelier papier a pour vocation de sensibiliser au tri à la récupération et au recyclage.

Vous découvrirez ainsi l'intérêt et la possibilité de réaliser des économies de bois, d'eau et d'électricité.

Mais cet atelier est avant tout une invitation à la créativité : couleurs, incrustations et... délicieux patouillage !

Les Ateliers :

- Atelier de fabrication de papier recyclé pour sensibiliser le public.
- Atelier de fabrication de papier recyclé pour le côté créatif.
- Atelier de papier mâché (masques, marionnettes, perles, sculptures...)
- Atelier de perles en papier roulé.

Marian Heijns • **DE BOUCLE À OREILLE**
 Maison des créateurs • 61, rue Alphonse Fouschard - 44521 OUDON
 www.deboucleaoreille.fr
 contact@deboucleaoreille.fr
 06 87 45 45 21

DE BOUCLE À OREILLE

BIJOUX EN ARGENT, LAITON ET CUIVRE

BIJOUX D'ASSEMBLAGE

Maison des Créateurs - 61, rue Alphonse Fouschard - 44521 OUDON
 contact@deboucleaoreille.fr - www.deboucleaoreille.fr

4.5 VIDÉO ET ANIMATION

Le chapitre dédié à la vidéo et à l'animation explore la dimension visuelle du projet. Il inclut le storyboard, élément clé pour la narration visuelle, ainsi que l'animation du logo qui donnera vie à l'identité de la marque. Le montage final avec des captures d'écran offre une vision concrète de l'expérience utilisateur sur le site web en cours de création.

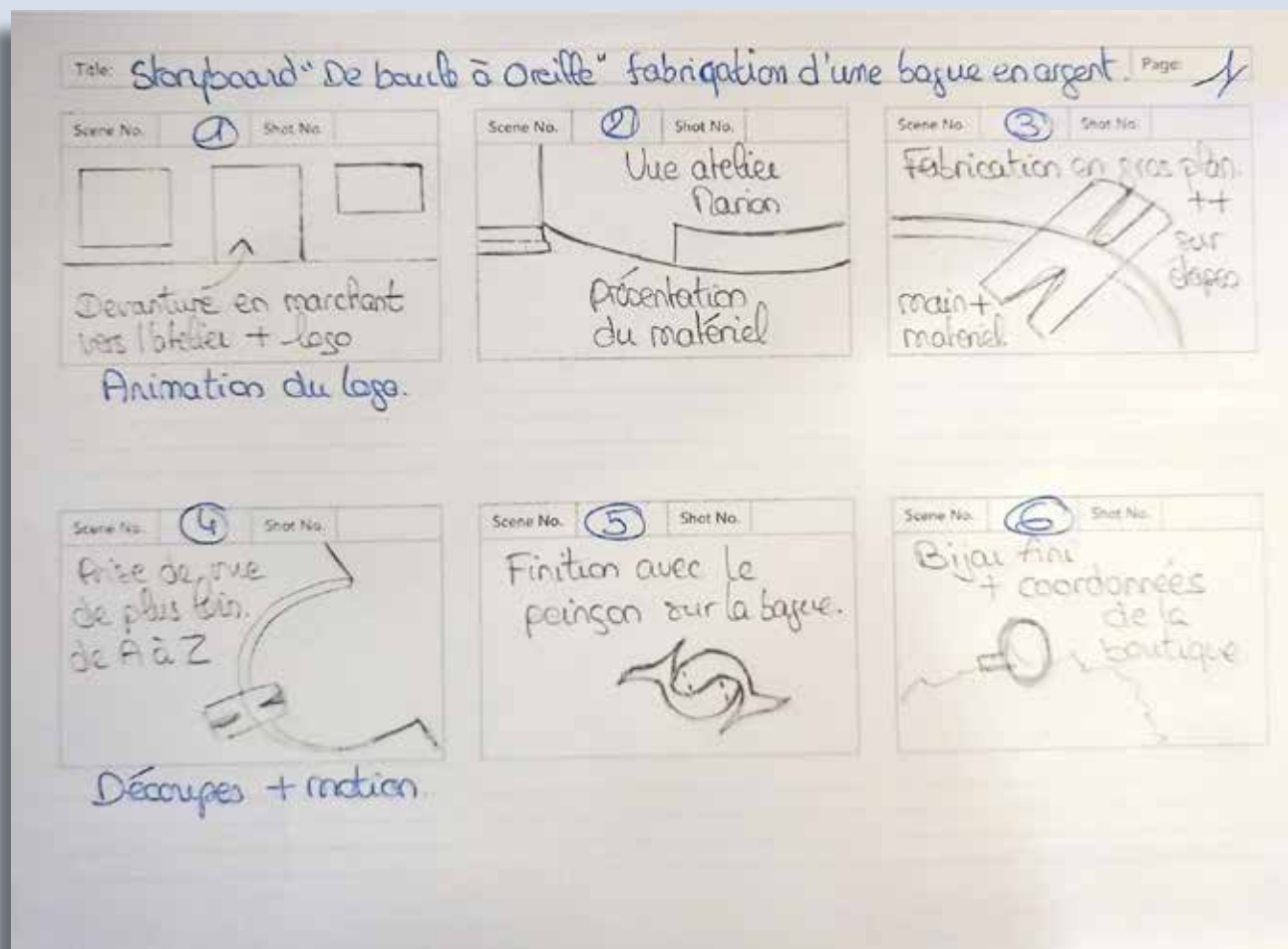


4.5.1 Le Storyboard :

Le storyboard est crucial pour créer une vidéo car il aide à planifier comment raconter l'histoire de manière claire. Il permet de voir à quoi ressemblera la vidéo avant de la réaliser, économisant ainsi du temps et des ressources. De plus, il assure que tout le monde travaille avec la même vision créative.

En résumé, le storyboard simplifie la planification et garantit une vidéo bien construite.





Case n°1: Animation du logo sur la devanture du magasin en marchant vers l'atelier.

Case n°2 : Vue de l'atelier se rapprochant de Marion, la créatrice.

Case n°3 : Étapes de fabrication en gros plan :

- Le dessin
- La découpe
- Le limage
- La mise en forme
- Le soudage
- La finition avec la pose du poinçon de l'artisan.

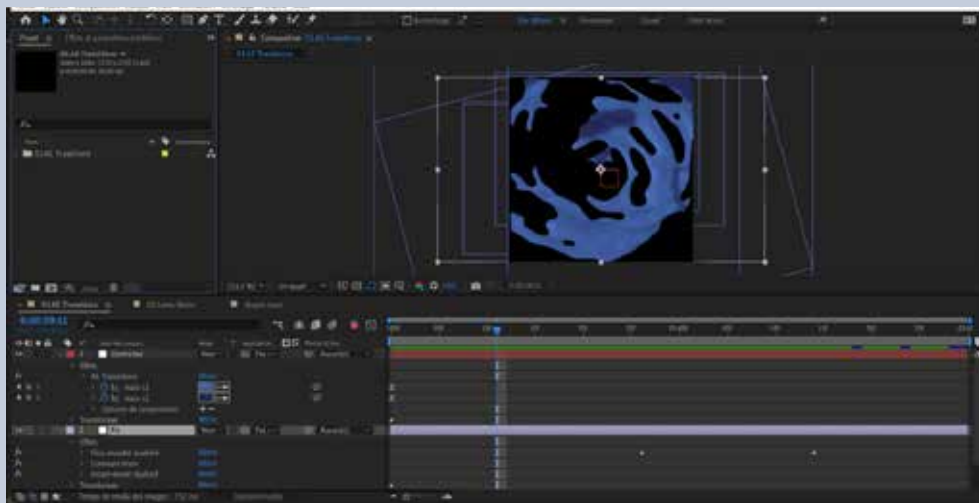
Case n°4 : Prise de vue un peu plus loin avec des titres animés suivant les étapes de la création de la bague en argent.

Case n°5: Finition de l'appose du poinçon sur la bague.

Case n°6 : Coordonnées de la boutique des créateurs à Oudon (44521).

4.2.3 Animation du logo sur After Effect:

Synopsis de l'animation du logo : Au début de la vidéo, une forme évoquant une aquarelle apparaît doucement. Elle s'estompe progressivement, laissant entrevoir le logo, posé sur l'arrière-plan de l'atelier de fabrication. L'animation prend vie avec cette transition, faisant disparaître peu à peu l'éclaboussure au-dessus du logo, créant ainsi une atmosphère aquatique rappelant les deux poissons représentés sur le logo.



Pour la réalisation de l'animation du logo, j'ai choisi d'utiliser un template dans After Effects afin d'optimiser le rendu visuel de la forme liquide. Mon objectif était de garantir un résultat esthétique et professionnel tout en respectant le processus créatif. J'ai soigneusement sélectionné le template en fonction de mes besoins artistiques, puis j'ai personnalisé chaque élément pour créer une œuvre unique et originale. Cette approche visait à améliorer la qualité visuelle de ma création sans déroger au processus créatif. Par la suite, j'ai pris en charge l'intégration du logo sur du film de la fabrication en fond sur Adobe Première, assurant ainsi la cohérence globale de l'animation du logo.

En résumé, animer le logo d'une marque dans une vidéo, c'est essentiel. Cela donne du dynamisme, lie les parties visuellement, et ajoute une touche pro et créative. Ça attire l'attention, rend la vidéo mémorable, et renforce l'image de la marque. En résumé, une animation de logo bien faite améliore la cohérence, la reconnaissance, et enrichit l'expérience visuelle en facilitant la mémorisation du logo.

4.5.3 Montage Vidéo sur Adobe Première Pro (Conformément au Storyboard)

Adobe Première est un logiciel professionnel de montage vidéo permettant l'assemblage précis de clips, le traitement sonore, et l'intégration d'effets visuels. Sa richesse fonctionnelle offre une édition de qualité, des transitions fluides et une flexibilité créative, en faisant un choix pertinent pour des productions vidéo professionnelles.

Prise de Vue

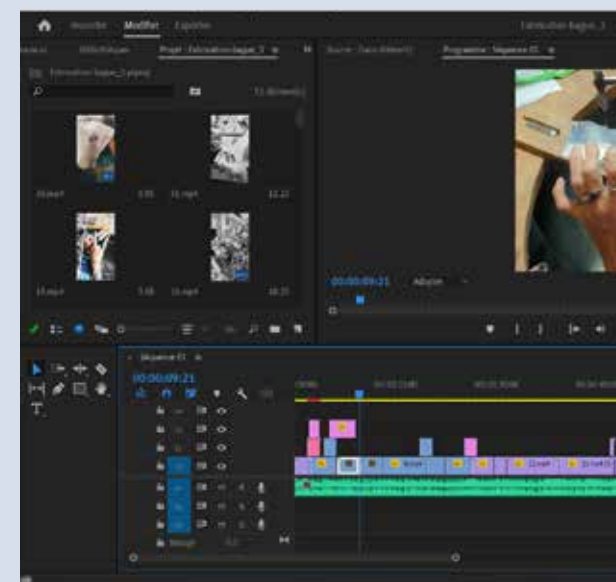
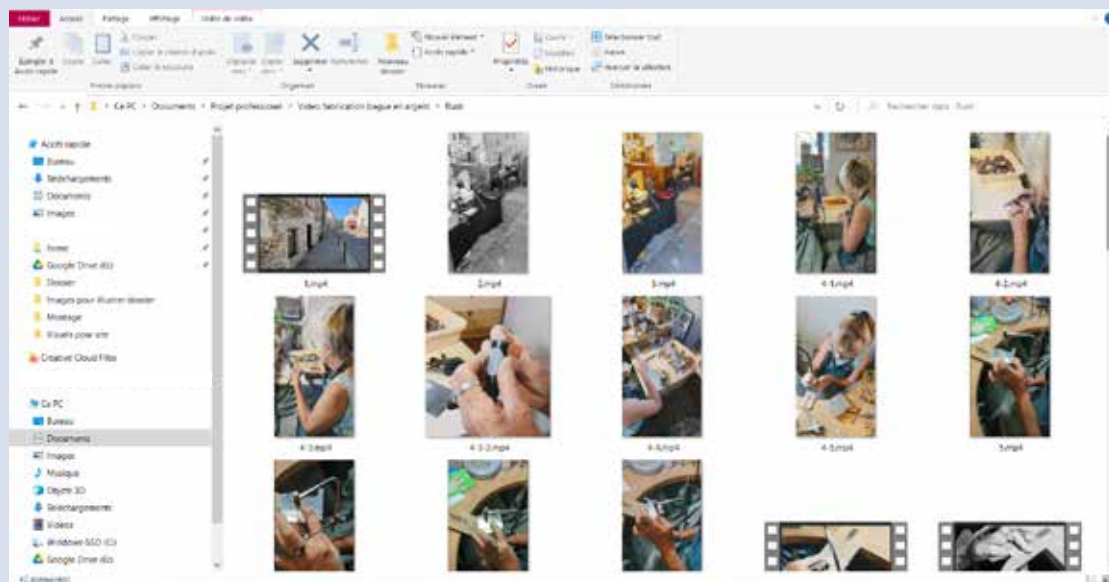
Début avec deux jours dédiés aux prises de vue, capturant toutes les images et vidéos nécessaires pour illustrer chaque étape de la création de la bague en argent.

Importation des Médias

Rassemblement des médias pour débiter le processus de montage, avec une attention particulière aux prises de vue réalisées.

Découpage Minutieux des Séquences

Coupe des vidéos pour ne garder que l'essentiel, assurant ainsi une transition fluide entre les différentes étapes.



Organisation des Séquences

Disposition des vidéos dans un ordre logique, suivant le plan établi dans le storyboard.

Choix et Intégration de la Musique

Sélection de la musique "Seasons" sur YouTube Music, associée judicieusement à chaque étape du processus créatif.

Placement de l'Animation du Logo dans la Timeline

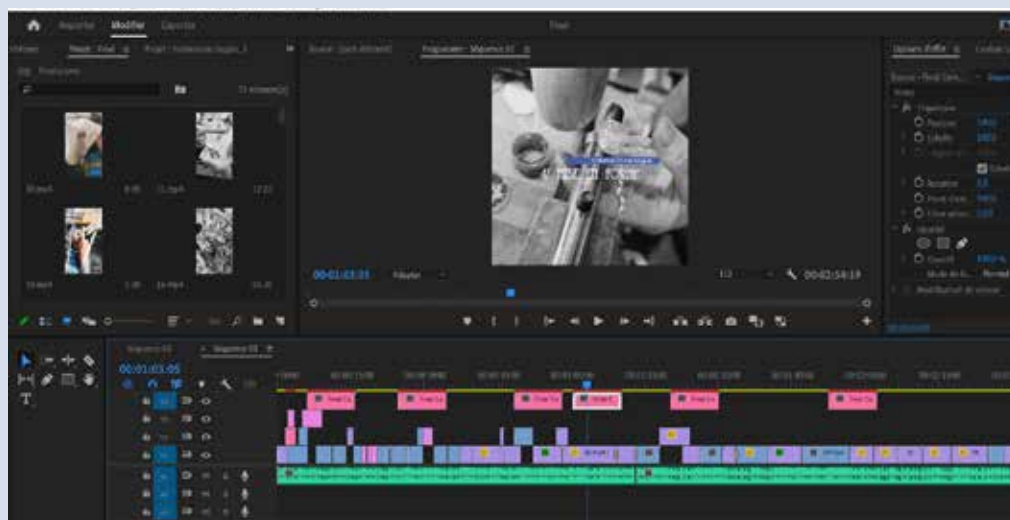
Positionnement de l'animation du logo au début de la vidéo, juste après avoir affiché le nom de l'entreprise.

Montage Final

Assemblage de l'ensemble avec cohérence visuelle, ajout de transitions fondus entre chaque séquence pour un rendu naturel et une expérience cinématographique fluide.

Création de Titres et Bandeaux

Intégration de titres animés avec la police Coventry Garden, choisie par Marion, pour représenter chaque étape de la fabrication de la bague en argent. Le titre général "Création d'une bague" est en police Poppins, encadré en bleu.



Sélection de l'Esthétique Visuelle

Utilisation de photos en noir et blanc et en couleur pour mettre en avant certains détails.

Finalisation avec Vue Agrandie

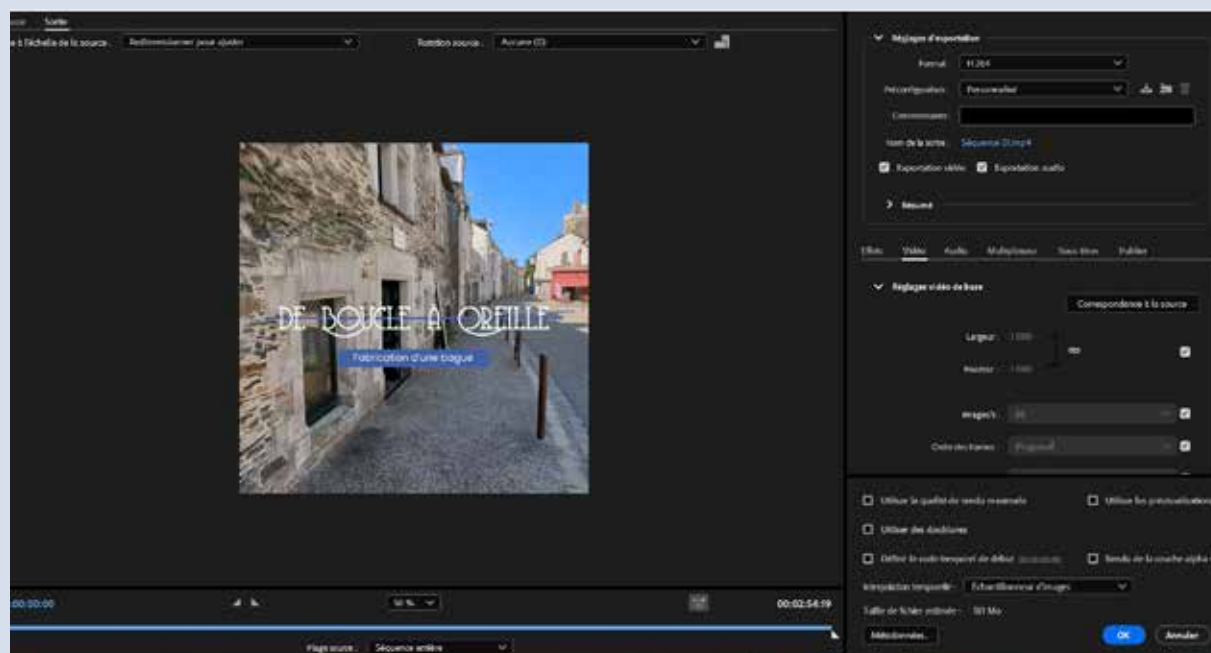
Conclusion de la vidéo sur une vue précise du poinçon sur la bague, marquant un moment artistique clé.

Crédits

Ajout des crédits à la fin de la vidéo (nom de la musique et créateur de la vidéo).

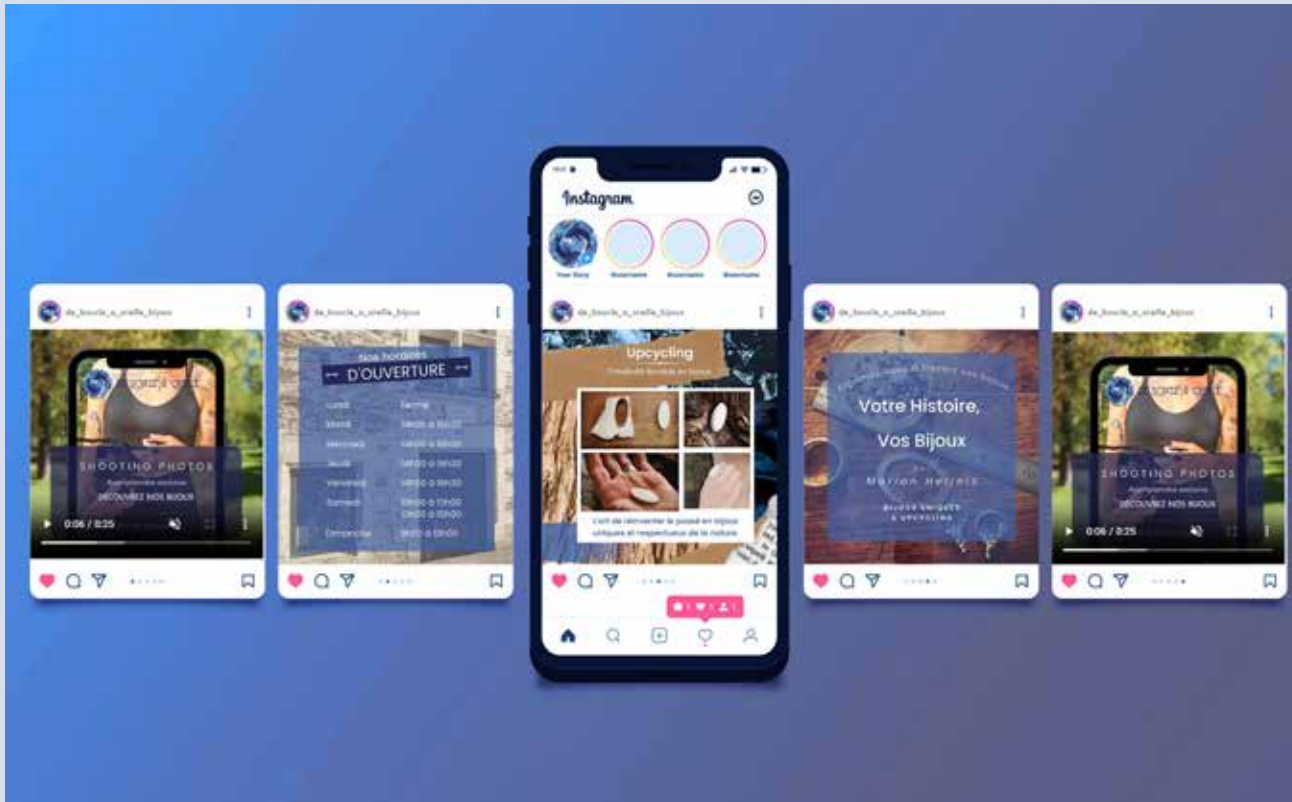
Préparation du Projet pour l'Importation via Adobe Media Encoder

Ajustement minutieux des paramètres du projet vidéo en vue de l'importation via Adobe Media Encoder. Choix stratégique de résolution adaptée aux réseaux sociaux avec un format ajusté pour un rapport 1:1.



4.6 MOCKUPS

Les maquettes (mockups) permettent de prévisualiser le rendu des éléments graphiques dans des contextes réels, tels que des produits imprimés ou des vitrines de magasins.







BOUCLE À OREILLE

création de bijoux uniques

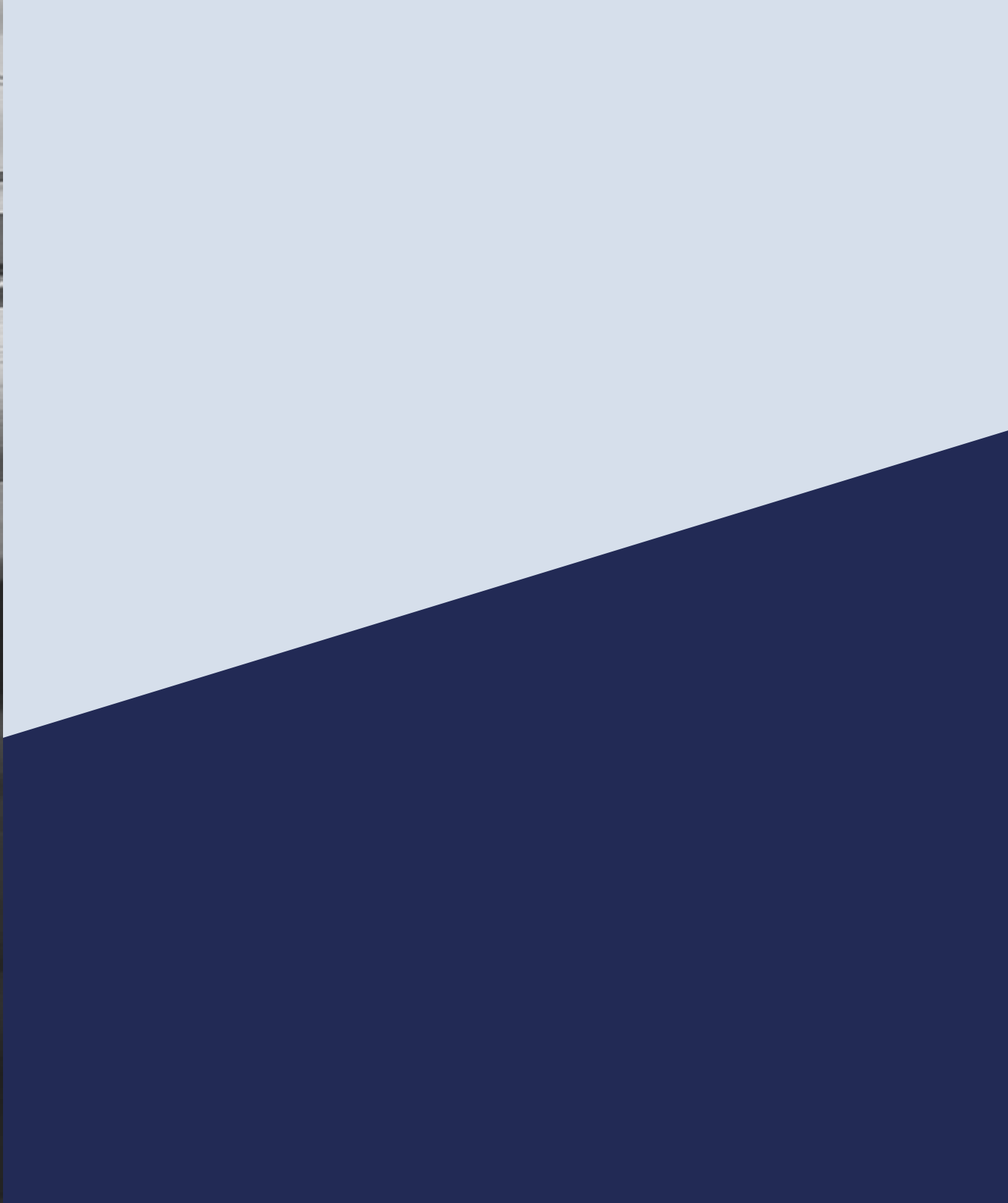
www.deboucleaoreille.fr

PORTEZ
L'AVENIR
AVEC STYLE

*Pensez à
l'upcycling !*



DE BOUCLE À OREILLE



5

.

0

5.0 SITE INTERNET

5.1 CHOIX DU NOM DE DOMAINE

Ma proposition de changement de nom de domaine vise à simplifier l'adresse web et à mettre en valeur l'identité artisanale et locale de Marion, dans le but d'améliorer l'expérience globale des utilisateurs.

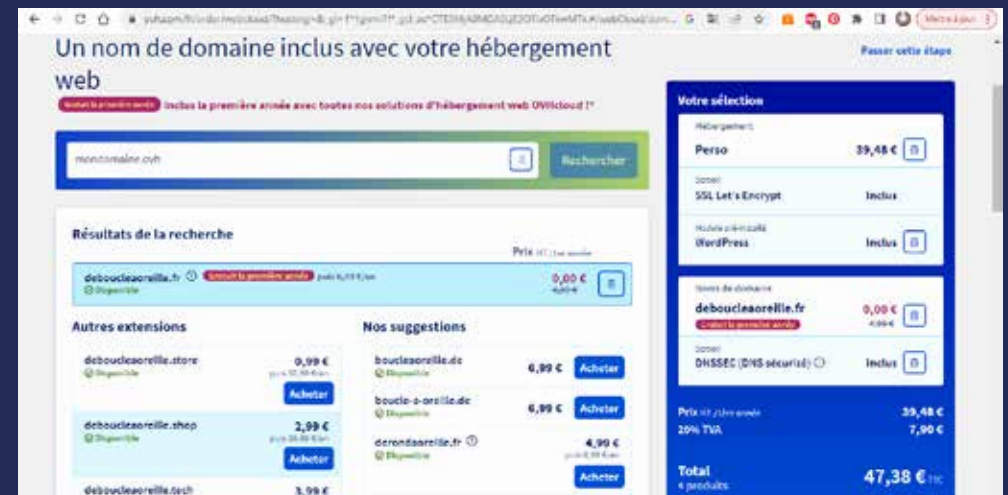
Dans le cadre de mon travail en conception UI, j'ai proposé une solution visant à améliorer l'expérience utilisateur du site web de Marion, en suggérant un changement de nom de domaine.

Marion avait exprimé ses préoccupations quant à la faible visibilité de son site précédent, www.deboucle-aoreille.com, ainsi que le manque de retours positifs. En réponse, j'ai recommandé le nom de domaine www.deboucleaoreille.fr.

Cette suggestion repose sur plusieurs considérations importantes. Tout d'abord, le nouveau nom de domaine est plus simple à mémoriser pour les visiteurs, ce qui devrait conduire à une augmentation du trafic sur le site de Marion.

De plus, j'ai pris en charge l'ensemble du processus d'achat de ce nouveau nom de domaine pour Marion, car elle ne possédait pas l'expérience technique nécessaire. Mon objectif était de faciliter cette transition pour elle.

Enfin, le choix du domaine www.deboucleaoreille.fr met en avant l'engagement local de Marion en tant qu'artisane, ce qui pourrait renforcer la confiance des visiteurs locaux dans son travail.



5.2 NAVIGATION

Afin de créer les parcours utilisateurs des persona Camille et Maxime, il est important de prendre connaissance du descriptif des pages du site.

Page d'Accueil : La première étape de ce parcours est une page d'accueil engageante qui capte l'attention des visiteurs dès leur arrivée. Elle présente les créations uniques de bijoux de Marion tout en mettant en avant son engagement envers l'upcycling.

Page À Propos : La page «À Propos» offre aux visiteurs un aperçu personnel de Marion, de son parcours et de sa passion pour la création de bijoux uniques et écoresponsables.

Page Bijoux : La page «Bijoux» est le cœur de l'expérience. Elle est subdivisée en sous-pages pour les différentes catégories de bijoux : argent, laiton, cuivre et perles d'assemblage. Chaque sous-page met en valeur les créations spécifiques à chaque matériau.

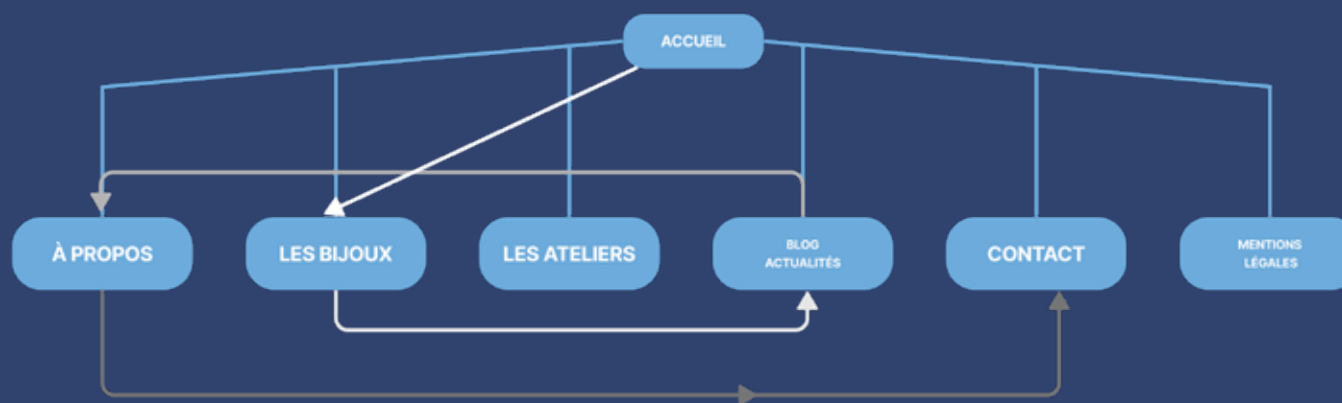
Page Ateliers : La page «Ateliers» informe les visiteurs sur les opportunités de formation offertes par Marion. Elle présente les détails des ateliers et incite à s'inscrire pour en apprendre davantage sur l'art de la bijouterie.

Page Actualités : La page «Actualités» est une source d'informations sur les publications des réseaux sociaux, les ateliers et événements à venir.

Page Contact : La page «Contact» est l'endroit où les visiteurs peuvent trouver un formulaire de contact convivial pour poser des questions, demander des informations ou discuter de projets personnalisés.

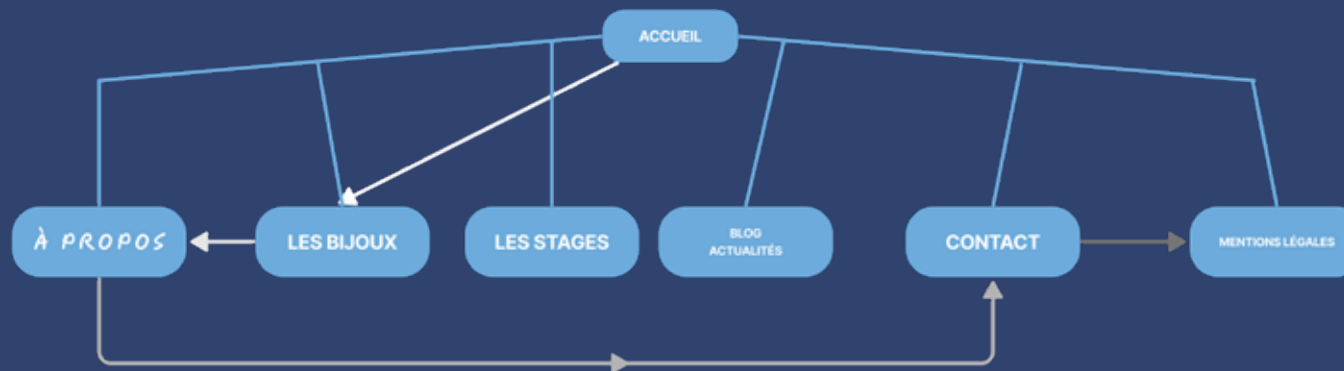
Page Mentions Légales : La page «Mentions Légales» fournit les informations légales nécessaires pour garantir la transparence et la conformité du site avec la réglementation.

Parcours utilisateur de Camille Dupont :



Camille vient chercher un bijou unique. Depuis la page **d'accueil**, elle se dirige rapidement vers la section **"Bijoux"**. Ensuite, elle souhaite consulter des avis, donc elle recherche un lien vers les réseaux sociaux et se dirige naturellement vers la page **"Actualités"**. Par la suite, désireuse de découvrir comment travaille Marion, elle se rend sur la page **"À propos"** pour en apprendre davantage. Comme les informations la rassurent, elle cherche à prendre contact avec l'artisane afin de lui expliquer son projet. Pour ce faire, elle remplit le formulaire de **contact** disponible sur la page dédiée à cet effet.

Parcours utilisateur de Maxime Lambert :



Maxime recherche un bijou exceptionnel. Il commence par explorer la page des bijoux pour découvrir ce que fabrique Marion. Étant un fervent partisan des artisans locaux, il souhaite en apprendre davantage sur Marion et son parcours, ce qui le conduit à la page "À propos". Ensuite, désireux de la rencontrer en personne en boutique, il cherche l'adresse sur la page de contact. Étant chef d'entreprise, il attache de l'importance à la conformité aux règlements, alors il vérifie la réglementation de l'activité de Marion en consultant la page des mentions légales.

5.3 WIREFRAME

Un wireframe, avant la création d'une maquette, est une représentation visuelle simplifiée d'une interface, utilisée pour planifier la disposition et la hiérarchie des éléments. Il facilite la communication et la prise de décision lors de la conception, permettant une vision préliminaire des structures et des interactions.

Sur

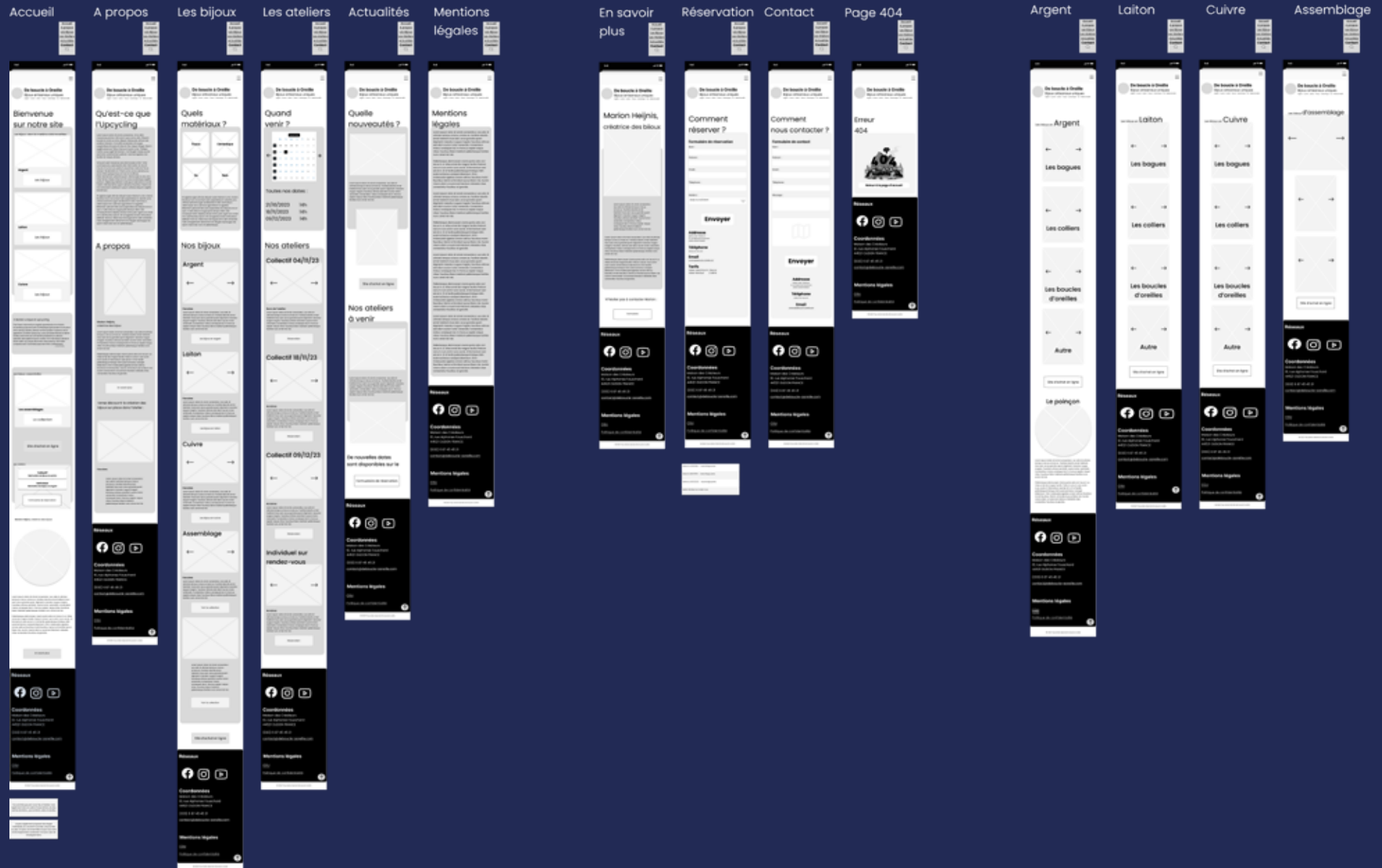


Version Mobile First



Version Ordinateur

Version Mobile First

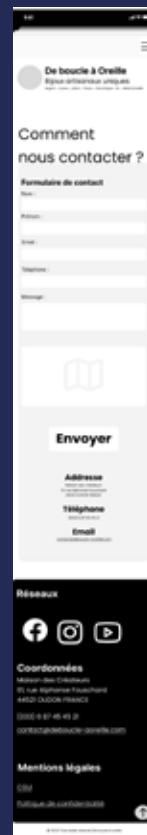


Version Ordinateur



Page Accueil et
Page Contact

Mobile first et
Ordinateur



5.4 MAQUETTE DYNAMIQUE

Une maquette dynamique est une représentation interactive d'une interface graphique, permettant de visualiser le comportement et les interactions prévues dans un design. Elle va au-delà d'une simple image statique en offrant une simulation réaliste des transitions, des animations et des fonctionnalités de l'interface. Ces maquettes facilitent la compréhension du flux utilisateur, améliorant ainsi la collaboration et la validation du design.

Sur

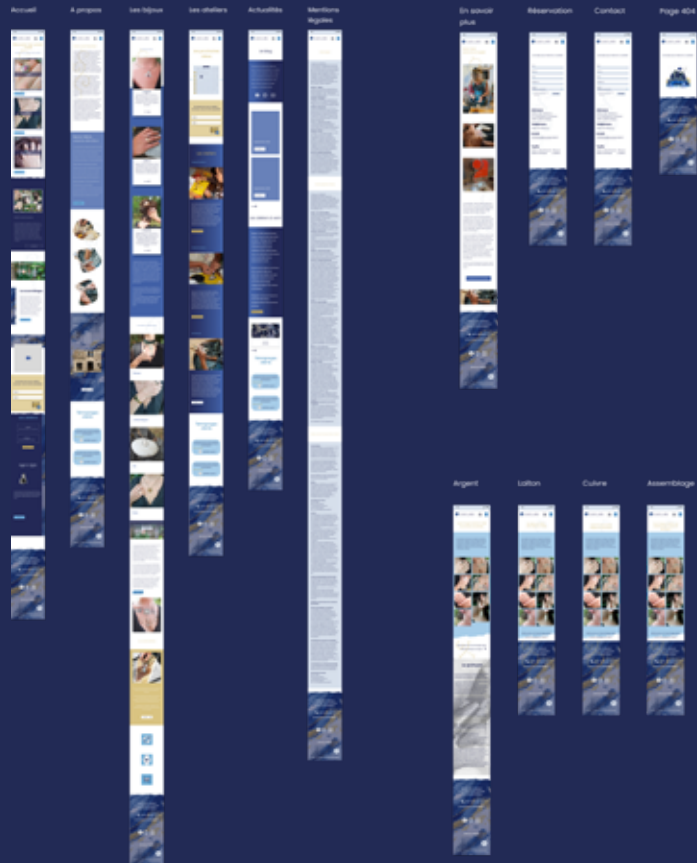


Version Mobile First



Version Ordinateur

Version Mobile First



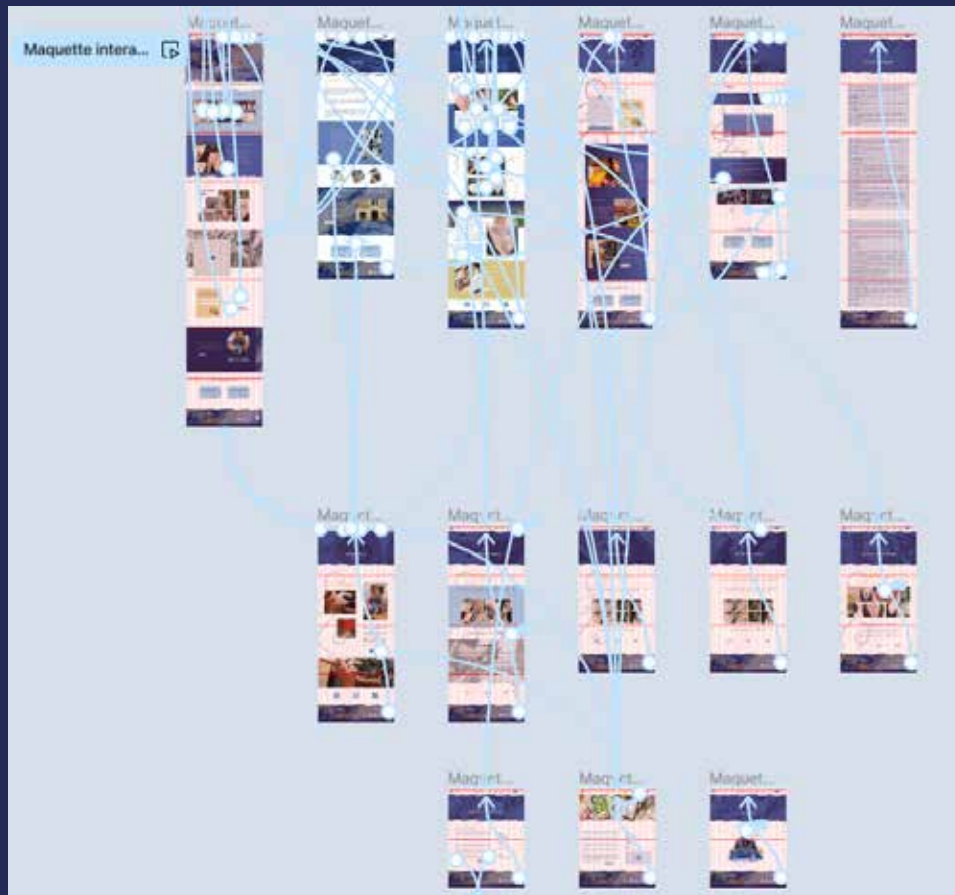
Maquette Accueil



Maquette Contact



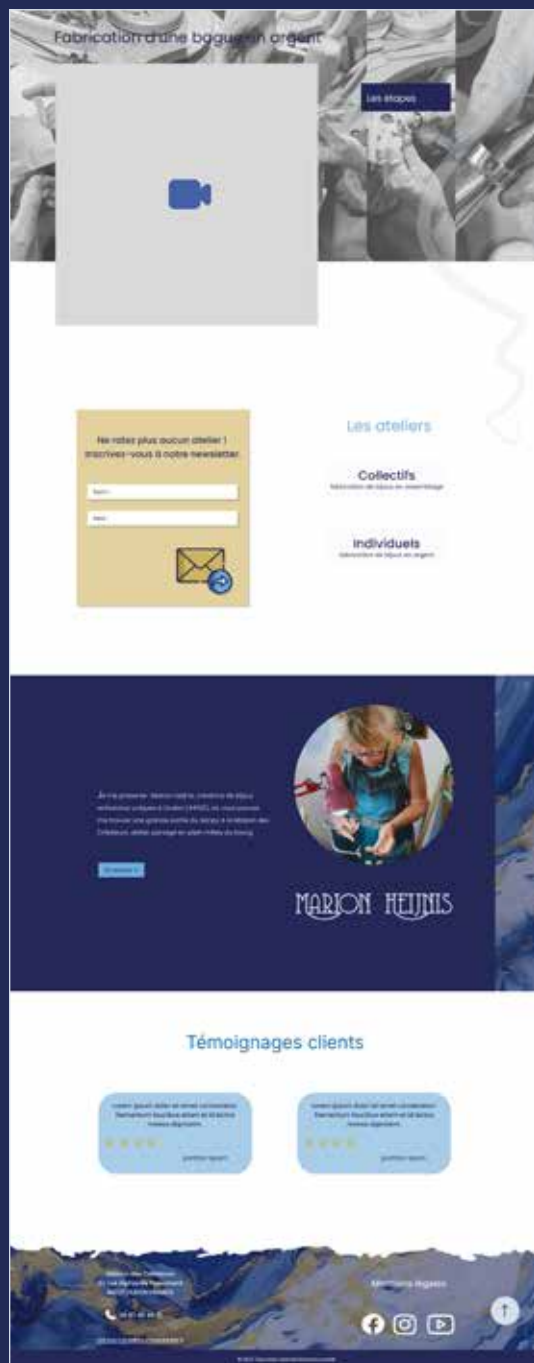
Version Ordinateur



Maquette Accueil



Maquette Contact



Une fois le formulaire envoyé,
un message apparaîtra.

5.5 LE CMS ET LES EXTENSIONS

CMS signifie "Système de Gestion de Contenu" en français.

Un CMS est une plateforme logicielle qui permet de créer, modifier et gérer facilement le contenu d'un site web sans avoir besoin de compétences techniques avancées en programmation. Les CMS sont largement utilisés pour simplifier le processus de gestion de contenu en ligne.

Le CMS



WORDPRESS

J'ai fait le choix de WordPress avec l'éditeur Gutenberg pour le site de Marion en raison de son interface conviviale, offrant une expérience intuitive pour créer et personnaliser le contenu. Cette solution facilite également la prise en main du site par Marion après son lancement.



J'ai opté pour le thème Astra car il offre une base solide avec une conception légère, garantissant une performance optimale et une navigation fluide. Sa polyvalence permet une adaptation facile aux besoins spécifiques du projet, offrant ainsi une flexibilité essentielle.

Les extensions



L'intégration du plugin Spectra ajoute une dimension importante en termes de personnalisation et de fonctionnalités avancées. Spectra offre une gamme étendue d'options de personnalisation, permettant de créer une identité visuelle unique en accord avec la vision du site. De plus, ses fonctionnalités avancées, telles que la gestion des couleurs, des polices et des mises en page, offrent un contrôle total sur l'esthétique du site.



Modern Events Calendar est une des solutions d'événements et de billetterie les plus puissantes disponibles pour WordPress.



WPForms Lite est un plugin de création de formulaires convivial qui permet aux utilisateurs de concevoir et intégrer facilement des formulaires sur leur site web. La version "Lite" est gratuite et offre des fonctionnalités de base telles que la création simple de formulaires, la gestion des entrées, et des options de personnalisation.



Le plugin Yoast SEO est une extension qui offre une gamme d'outils pour améliorer la visibilité d'un site sur les moteurs de recherche tels que Google. Yoast SEO permet de gérer et d'optimiser les balises meta, les titres, les descriptions, et les URL, tout en fournissant des suggestions pour améliorer la lisibilité du contenu.

5.6 LE SITE WEB ET MOBILE

www.deboucleaoreille.fr



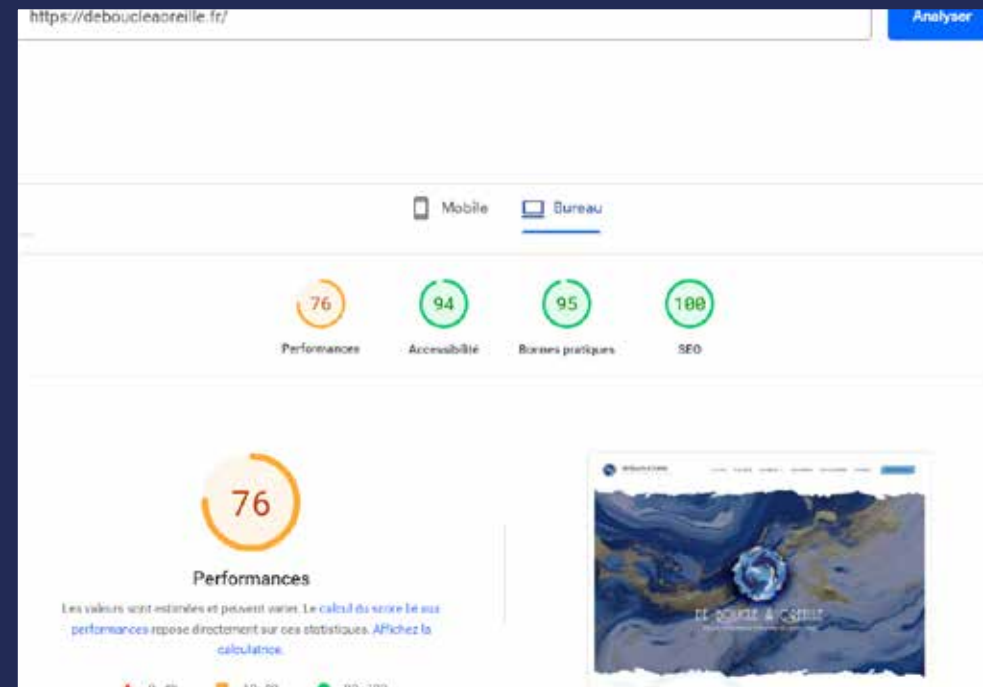
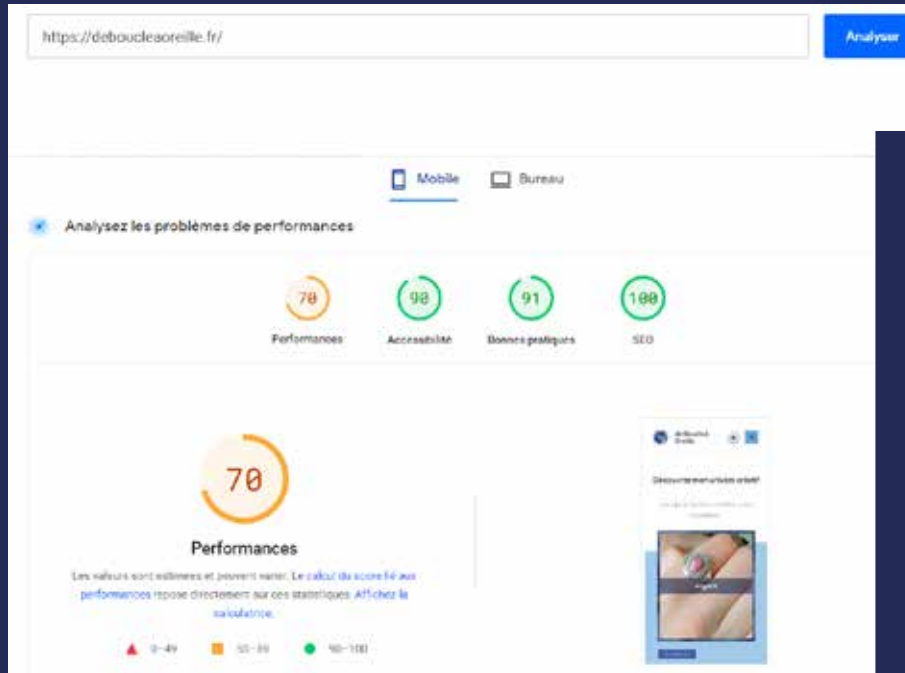




Une fois le formulaire envoyé,
ce message apparaît :

Le formulaire a bien été envoyé !

5.7 PERFORMANCES, ACCESSIBILITÉS ET BONNES PRATIQUES



Après l'analyse des résultats de Google PageSpeed Insight pour le site de Boucle à Oreille, voici une vue détaillée des scores obtenus sur mobile et ordinateur :

Performance : 70% sur mobile et 76% sur ordinateur, indiquant des opportunités d'optimisation pour un chargement plus rapide.

Accessibilité : Le score est à 90% sur mobile et 94% sur ordinateur. L'accessibilité se réfère à la facilité avec laquelle tous les utilisateurs, y compris ceux ayant des capacités différentes, peuvent interagir avec et accéder au site. Un score élevé indique une expérience utilisateur positive, sans obstacles majeurs.

Bonnes Pratiques : 91% sur mobile et 95% sur ordinateur. Les bonnes pratiques sont des normes et conventions de développement recommandées pour assurer un site web fiable, sécurisé et performant. Ces scores élevés indiquent une mise en œuvre conforme à ces normes.

Pour améliorer les performances du site, j'ai mis en place les ajustements suivants :

J'ai chargé le plugin WP Optimize pour deux raisons :

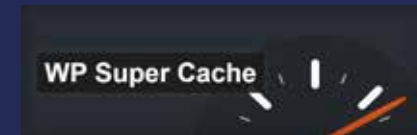
Compression d'Images : Ce plugin compresse les images pour réduire leur taille et améliorer la vitesse de chargement des pages.

Optimisation de la Base de Données : En plus de la compression d'images, WP Optimize nettoie la base de données pour des temps de chargement plus rapides.



J'ai également chargé le plugin WP Super Cache pour son avantage principal :

Optimisation de la Mise en Cache : Ce plugin génère des pages statiques, réduisant le temps de chargement global du site pour une meilleure performance.



5.8 RAPPORT SEO

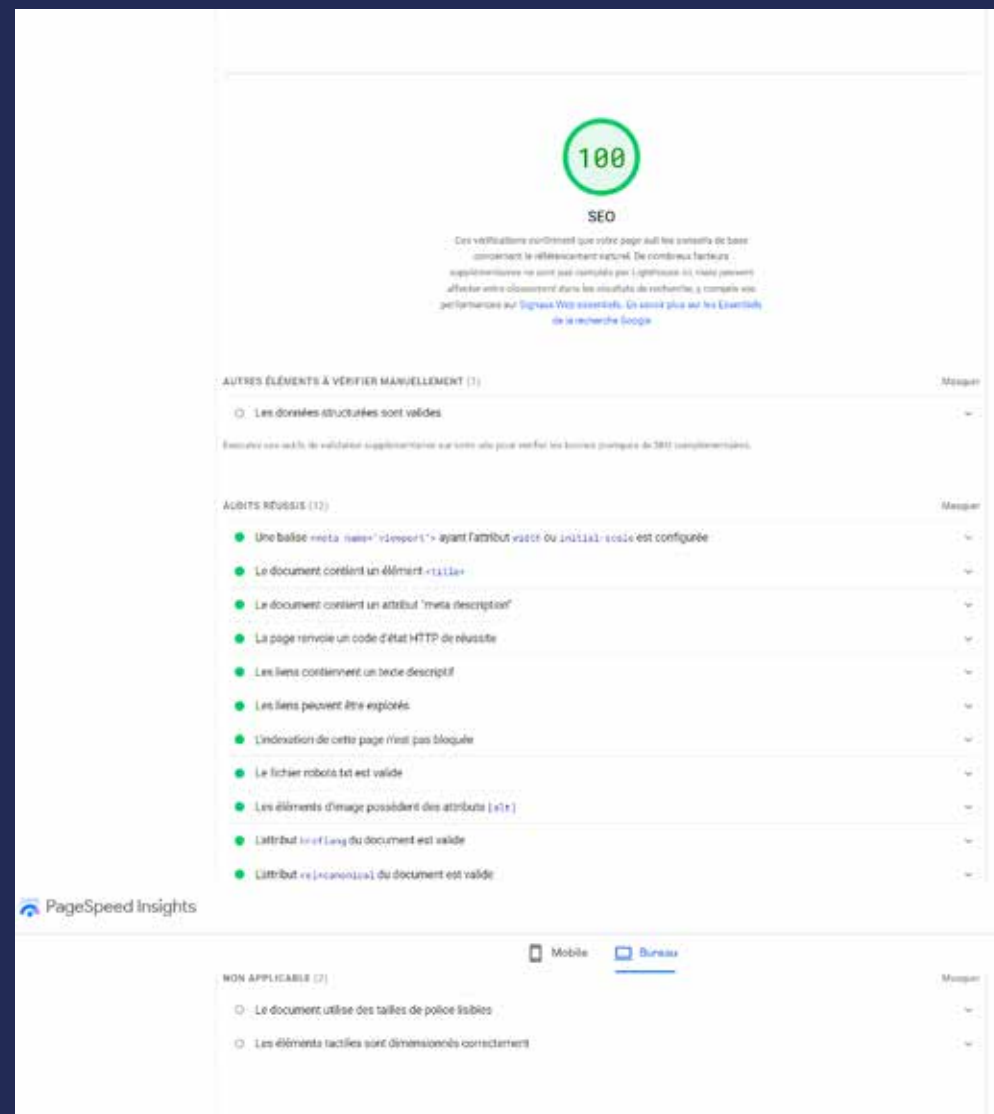
SEO (Optimisation pour les Moteurs de Recherche) : 100% sur mobile et ordinateur, assurant une visibilité optimale sur les moteurs de recherche.

Depuis que j'ai intégré le plugin Yoast SEO sur le site de Boucle à Oreille, j'ai pris le temps d'optimiser chaque page. Guidé par les conseils pratiques de Yoast SEO, j'ai effectué des ajustements pour garantir des scores de référencement optimaux.

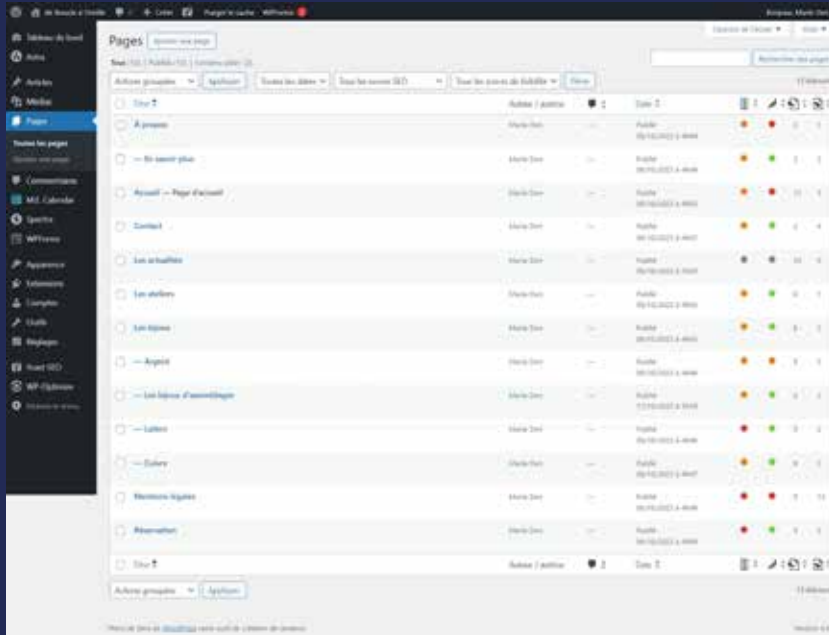
En examinant chaque page, j'ai suivi attentivement les recommandations de Yoast SEO pour affiner des aspects essentiels tels que les balises meta, les structures d'URL, les balises d'en-tête, et d'autres éléments clés du référencement.

Mon objectif initial était d'assurer au minimum un score de rond orange pour chaque page, indiquant une optimisation solide. Cependant, ma volonté d'aller au-delà des attentes a persisté, aspirant à voir ces scores évoluer vers la nuance positive du vert.

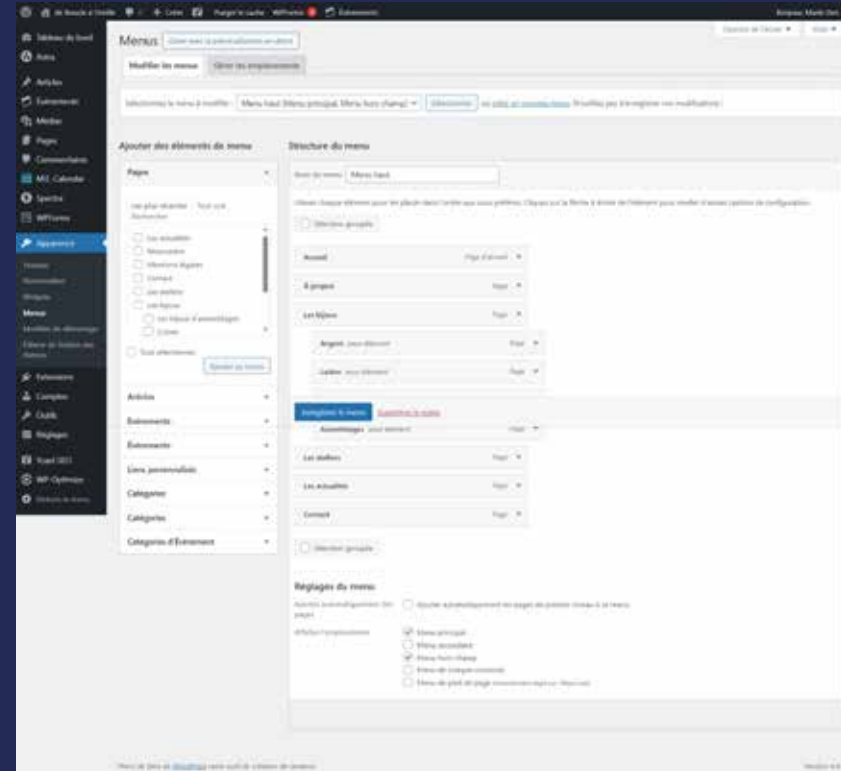
Cet engagement continu envers l'optimisation a porté ses fruits, comme le montre le résultat de 100 obtenu sur Google PageSpeed Insight. Ce résultat reflète l'efficacité du processus, guidé par mes actions en réponse aux conseils pratiques de Yoast SEO.



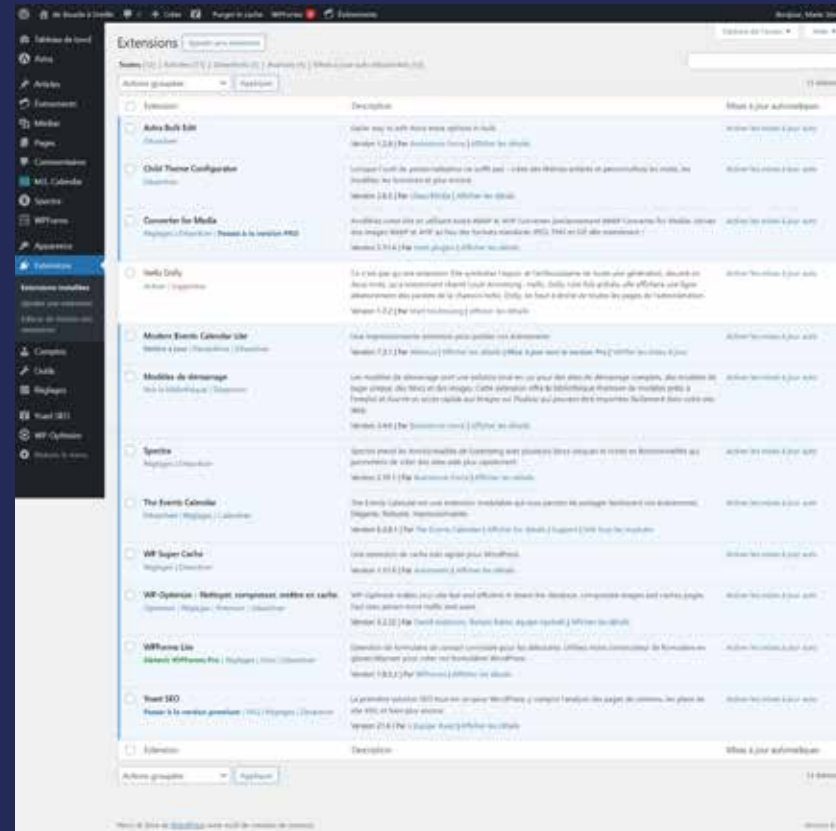
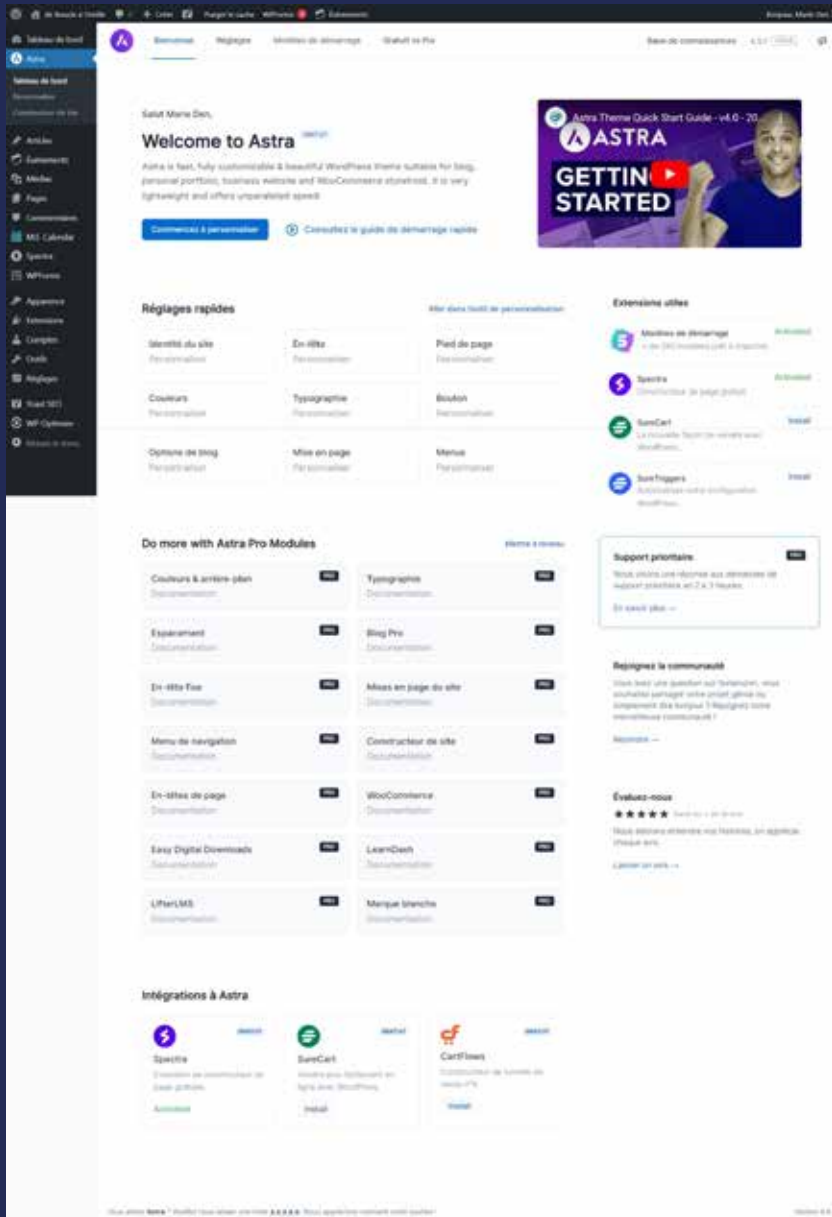
5.9 COPIES D'ÉCRAN D'INTERFACE



Les pages du site



Menu principal appelé "Menu-haut"



Les extensions installées



6

.

0

6.0 ANNEXES

6.1 CARTE DE VISITE

La carte de visite est un outil essentiel en communication marketing, agissant comme une vitrine portable de l'identité professionnelle. Compacte mais puissante, elle offre un moyen rapide et tangible d'échanger des coordonnées professionnelles, renforçant ainsi les réseaux et les opportunités commerciales.



Carré 6.5 x 6.5 cm - Format pour l'impression 69 x 69 mm - Fond perdu 2mm - Marge 2mm



6.2 NEWSLETTER



Une newsletter est un moyen de communication électronique régulier utilisé par les entreprises, les organisations ou les individus pour partager des informations, des mises à jour, des promotions ou d'autres contenus pertinents avec leur public cible.

Pour une newsletter percutante et engageante, voici les éléments essentiels recommandés :

En-tête/logo

Titre accrocheur

Message d'accueil

Appel à l'action

Contenu principal

Informations de contact

Réseaux sociaux

Options de désabonnement

Design attrayant

DE BOUCLE À OREILLE

Nouveaux ateliers
D'AUTOMNE

Plongez dans l'univers étincelant de la créativité automnale avec nos ateliers de bijoux d'assemblage !

Enfants SAM 04 NOV | Adultes SAM 18 NOV

Réservation

L'automne est à nos portes, et avec lui, une nouvelle vague d'inspiration pour la création de bijoux uniques ! Je suis ravie de vous annoncer mes tout nouveaux ateliers d'automne, conçus pour éveiller votre créativité et vous guider dans l'art de la conception de bijoux.

- Cours Collectif Enfants - Samedi 4 novembre 2023 : Offrez à vos petits artistes la chance de créer leurs propres trésors uniques. Mon atelier pour enfants est le lieu idéal pour explorer l'art de la bijouterie tout en s'amusant.
- Cours Collectif Adultes - Samedi 18 novembre 2023 : Vous êtes une amatrice de bijoux ou une débutante curieuse ? Joignez-vous à mon atelier pour adultes et découvrez les techniques avancées de création de bijoux d'assemblage.

De plus, pour celles et ceux qui recherchent une expérience plus personnalisée, je propose également des ateliers individuels de création de bijoux en argent. Réservez votre séance privée pour créer des bijoux sur mesure qui reflètent votre style unique.

Marion Hejnis

Réservez dès maintenant pour assurer votre place dans les ateliers d'automne !

Maison des Créateurs
61, rue Alphonse Fouschard
44521 OUDON FRANCE
www.deboucleaoreille.fr

Tél: 06 87 45 45 21

Se désinscrire de la newsletter

Je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance envers Marion et son engagement exceptionnel dans l'upcycling, qui a été une source d'inspiration essentielle pour ce projet.

Chaque aspect, de la conception graphique à la rédaction du dossier, a été soigneusement élaboré pour refléter son style unique.

Merci également au jury pour le temps qu'il consacrerà à évaluer ce projet. J'apprécie d'avance l'expertise et l'attention qu'il accordera à cette démarche.

Marie Deniau

Marie Deniau
mariedeniau.com