

Manuella AGBA
TC31



RAPPORT SAE MDEE : PROJET DIGITAL



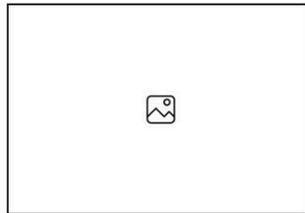
S'exprimer et s'affirmer à travers le vestimentaire

La taille du marché du développement personnel a atteint 40,1 milliards de dollars en 2022 en raison de la prise de conscience croissante chez les individus de la nécessité d'une croissance personnelle continue dans le monde.

Je souhaite mettre en place un site qui accompagnera les individus pendant leur processus de développement personnel en proposant des contenus premium mais gratuit, avec des conseils sous formes d'articles. **Je suis passionné par la mode, de ce fait je souhaite fusionner les conseils de développement personnel sur la gestion du stress, la productivité, et plus encore, avec des recommandations mode pour aider tout un chacun à exprimer pleinement sa personnalité.**

Le site internet **Blossom** est dédié à **l'épanouissement personnel des femmes**, les aidant à développer **leur confiance en soi et à exprimer pleinement leur identité**. Il met l'accent sur l'importance de l'harmonie entre la prospérité intérieure et le style vestimentaire, considérant ce dernier comme un reflet de la personnalité et un vecteur de croissance personnelle.

MAQUETTE BLANCHE (WIREFRAME)

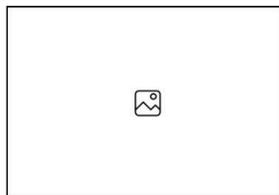


TITRE H1 : Pourquoi BLOSSOM et que faisons-nous? (Ou, qui sommes-nous ?)

Texte



Texte



CALL TO ACTION

La partie call-to-action sera mise en valeur par une image percutante et un texte engageant qui incitera les visiteurs à découvrir l'ebook. Etant un élément clé du site, elle doit capter l'attention immédiatement et susciter l'envie de passer à l'action.

L'objectif est de montrer aux visiteurs la valeur qu'ils peuvent tirer de cet ebook et de les convaincre qu'il répond à leurs besoins.



TITRE H2 : FREINS

TEXTE

TEXTE

Concernant la partie sur les freins, je prévois de rédiger trois paragraphes distincts, chacun mettant en lumière un obstacle majeur que peut rencontrer la cible. L'objectif est d'identifier ces blocages, de les expliquer avec empathie et de proposer des solutions adaptées pour aider les visiteurs à les surmonter. Cette approche permettra de créer un lien avec le lecteur et de le rassurer en lui montrant qu'il n'est pas seul face à ses difficultés.

TEXTE

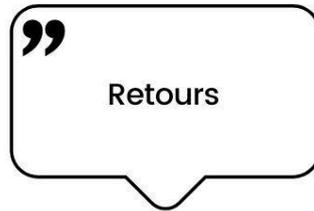


QUELQUES RESSOURCES (Livres)



Pour la partie ressources, je souhaite proposer une sélection d'ouvrages couvrant les deux dimensions essentielles du sujet : l'aspect mental et psychologique, ainsi que l'aspect vestimentaire.

D'un côté, des livres sur le développement personnel, la confiance en soi et la gestion des émotions permettront aux lecteurs de mieux comprendre leur rapport à eux-mêmes et de renforcer leur estime personnelle. De l'autre, des ouvrages sur la mode et le style les aideront à exprimer leur personnalité à travers leur apparence et à utiliser le vêtement comme un véritable outil d'affirmation de soi.



MY STORY

TEXTE

Footer

JUSTIFICATION DES CHOIX DE LA MAQUETTE BLANCHE

La partie call-to-action sera mise en valeur par une image et un texte qui incitera les visiteurs à découvrir l'**ebook**. Étant un élément clé du site, elle doit capter l'attention immédiatement et susciter l'envie de passer à l'action.

L'objectif est de montrer aux visiteurs la valeur qu'ils peuvent tirer de cet ebook et de les convaincre qu'il pourrait répondre à leurs besoins. Grâce à un un petit texte orienté vers les bénéfiques, cette section les encourage à cliquer et à télécharger leur exemplaire.

Concernant la partie sur les freins, je prévois de rédiger trois paragraphes distincts, chacun mettant en lumière un obstacle majeur que peut rencontrer la cible. L'objectif est d'identifier ces blocages, de les expliquer avec empathie et de proposer des solutions adaptées pour aider les visiteurs à les surmonter. Cette approche permet de créer un lien avec le lecteur et de le rassurer en lui montrant qu'il n'est pas seul face à ses difficultés.

Pour la partie ressources, je souhaite proposer une sélection d'ouvrages couvrant les deux dimensions essentielles du sujet : l'aspect mental et psychologique, ainsi que l'aspect vestimentaire.

D'un côté, des livres sur le développement personnel, la confiance en soi et la gestion des émotions permettront aux lecteurs de mieux comprendre leur rapport à eux-mêmes et de renforcer leur estime personnelle. De l'autre, des ouvrages sur la mode et le style les aideront à exprimer leur personnalité à travers leur apparence et à utiliser le vêtement comme un véritable outil d'affirmation de soi.

L'objectif est d'offrir une approche complète qui allie bien-être intérieur et expression extérieure, pour permettre à chacun de se sentir bien dans sa peau et en accord avec son image.

Pertinence des choix UX/UI

Une navigation fluide et intuitive

Je voulais que les visiteurs puissent naviguer facilement sur mon site sans se sentir perdus. C'est pourquoi j'ai structuré les sections de manière logique, avec des titres clairs et des espaces bien définis. Chaque élément a sa place et guide naturellement l'utilisateur dans son exploration du contenu.

Un confort visuel et une bonne lisibilité

J'ai opté pour un fond mauve clair, une couleur douce et apaisante, qui permet de réduire la fatigue visuelle et d'offrir une lecture agréable. De plus, j'ai veillé à espacer suffisamment les blocs de texte pour éviter un effet surchargé.

Un parcours utilisateur engageant

L'organisation des contenus suit une *hiérarchie* bien définie :

- Un H1 accrocheur pour présenter la marque et son concept.
- Des sections bien séparées qui facilitent la compréhension (call-to-action, ressources, témoignages).
- La section Call to Action est mise en avant pour inciter les visiteurs à s'engager facilement.

Un design épuré et harmonieux

J'ai voulu que l'esthétique de Blossom reflète l'idée d'épanouissement et de transformation. C'est pourquoi j'ai choisi une typographie fine et moderne, associée à des paragraphes bien aérés. Le résultat donne un effet minimaliste et professionnel.

Une palette de couleurs

Le mauve clair n'a pas été choisi au hasard. Il évoque la douceur, la créativité et l'inspiration, des valeurs qui correspondent parfaitement à l'univers de Blossom.

Call-to-action

J'ai mis un point d'honneur à bien distinguer la section CALL TO ACTION, car elle joue un rôle clé dans l'engagement des visiteurs. Elle est placée de manière stratégique et visuellement différenciée pour capter l'attention et inciter à l'action.

- Grâce à ces choix UX/UI, mon site Blossom propose une expérience fluide et agréable en accord avec son identité. J'ai cherché à allier lisibilité, élégance et engagement, tout en mettant l'utilisateur au centre de la conception.
- J'ai conçu Blossom comme un espace dédié à l'épanouissement personnel et à la confiance en soi. Chaque élément visuel a été pensé pour refléter féminité et délicatesse, créant un environnement où les visiteurs se sentent accueillies et accompagnées.
- Le design du site favorise une atmosphère apaisante, essentielle pour un espace dédié au bien-être et à l'épanouissement personnel. Les éléments floraux et les tons subtils traduisent l'idée d'un cheminement personnel où chaque détail a son importance.
- Le site évite les contrastes trop agressifs tout en mettant en valeur les textes et les visuels, afin d'offrir une expérience confortable.
- L'ergonomie du site a été pensée pour encourager l'exploration et la navigation intuitive. L'objectif est de créer un espace où chaque visiteur se sent à l'aise, libre de parcourir le contenu sans effort particulier, encourageant ainsi l'engagement et la rétention.

Charte * graphique



Logotype



Typographie

Aa

TAN MON CHERI
BLOSSOM

Aa

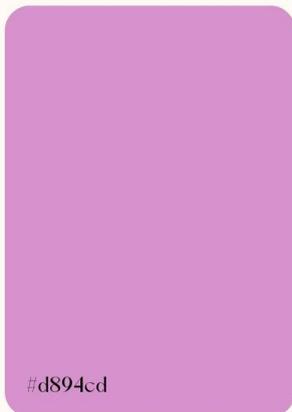
Montserrat (*version italique*)

ENTER YOUR FLOWERING SEASON

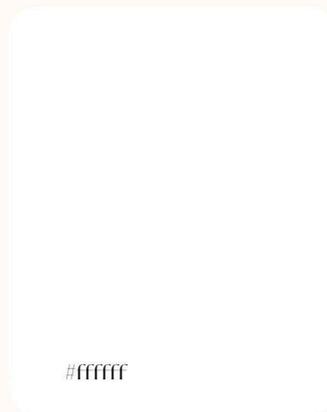
Aa

Contenu du site web (texte)

Palette de couleurs: Colométrie



#d894cd



#ffffff

Signification du nom “Blossom”

Le mot Blossom signifie épanouissement ou floraison en anglais, évoquant une transformation positive, la croissance et la beauté naturelle. Ce choix de nom est cohérent avec une marque qui met l’accent sur le développement personnel, la confiance en soi et l’expression de soi à travers le style.

Choix typographique

La typographie utilisée pour “Blossom” est élégante, avec des lettres fines et raffinées, renforçant une image de délicatesse et de sophistication. L’espacement des lettres donne une impression de légèreté et d’aération, ce qui traduit une idée de liberté et d’épanouissement.

Symbolique graphique et éléments visuels

L’ornement floral qui entoure le texte rappelle la nature et la croissance, renforçant l’idée de transformation et d’évolution personnelle. Les motifs symétriques apportent une sensation d’harmonie et d’équilibre, en lien avec le bien-être et la confiance en soi.

Palette de couleurs

Le choix du fond mauve ou lavande est stratégique : cette teinte évoque la douceur, la féminité et la sérénité. Elle est souvent associée à la créativité et à l’inspiration, ce qui correspond parfaitement à l’idée d’un accompagnement vers une meilleure version de soi-même.

Adaptabilité et modernité

Le logotype est épuré et équilibré, ce qui le rend adaptable à différents supports de communication, du digital aux supports imprimés. Son design moderne et intemporel assure une bonne reconnaissance visuelle.

- Ce logotype incarne l’identité de Blossom : une marque qui prône la transformation, l’épanouissement et l’affirmation de soi avec élégance et modernité. Il combine finesse typographique, symbolique florale et palette douce pour transmettre un message positif et inspirant.

PLAN MARKETING

BUYER PERSONAS

Solène, 21 ans, est une étudiante en fin de cycle de BUT et va bientôt rentrer en école de commerce pour ses dernières années d’études. Cependant, Solène a des problèmes de confiance. Elle veut développer son estime personnelle avant sa rentrée en master, elle cherche donc un guide.

prénom : Solène

Âge : 21 ans

Situation : Étudiante célibataire et sans enfant en fin de cycle de BUT, se préparant à entrer en école de commerce pour ses dernières années d'études.

Contexte académique : Elle a bien réussi son parcours universitaire jusqu'à présent, mais elle appréhende le passage à une école de commerce, où elle anticipe plus de compétition et de nouvelles responsabilités.

Objectif principal : Solène veut renforcer son estime de soi et développer une meilleure confiance personnelle avant de commencer son master, où elle devra relever des défis académiques et personnels plus importants.

Problèmes principaux :

Manque de confiance en ses capacités académiques et sociales, bien qu'elle ait de bonnes compétences.

Peur de ne pas être à la hauteur des attentes de son nouveau cadre académique.

Stress lié aux interactions avec ses futurs camarades et professeurs dans un environnement perçu comme très compétitif.

Besoins et aspirations :

Un guide ou mentor pour travailler sur son estime personnelle, qu'il s'agisse d'un coach ou d'un programme structuré de développement personnel.

Des outils pratiques pour améliorer sa confiance, comme des exercices de pensée positive, de gestion du stress et d'affirmation de soi.

Des conseils personnalisés sur la manière de gérer le changement, de s'adapter à un nouvel environnement académique, et d'interagir avec ses pairs.

Rechercher des témoignages ou des exemples d'autres étudiants qui ont surmonté des défis similaires.

- **Motivations**

Raisons pour lesquelles elle investit dans un guide :

Elle veut réussir son passage en école de commerce en se sentant capable et sûre d'elle-même.

Solène sait que renforcer sa confiance lui sera bénéfique, non seulement pour son master, mais aussi dans sa future carrière.

Elle aspire à se sentir plus épanouie personnellement, en ayant moins d'auto-doute et en osant prendre des initiatives.

Freins et objections :

Elle peut douter de l'efficacité des méthodes proposées ou avoir peur que cela prenne trop de temps.

Elle hésite peut-être à investir financièrement dans un coach ou un guide sans être sûre des résultats.

Canaux de communication préférés :

Réseaux sociaux : Instagram, YouTube pour suivre des conseils de développement personnel et des témoignages d'autres jeunes femmes dans le même cas.

Contenus digitaux : Vidéos de motivation, articles de blog sur la gestion du stress, podcasts sur le bien-être étudiant.

En résumé, Solène recherche un guide capable de l'accompagner dans la transition en tant que jeune femme en fin d'études, en lui offrant des outils et un soutien émotionnel pour développer son estime personnelle.

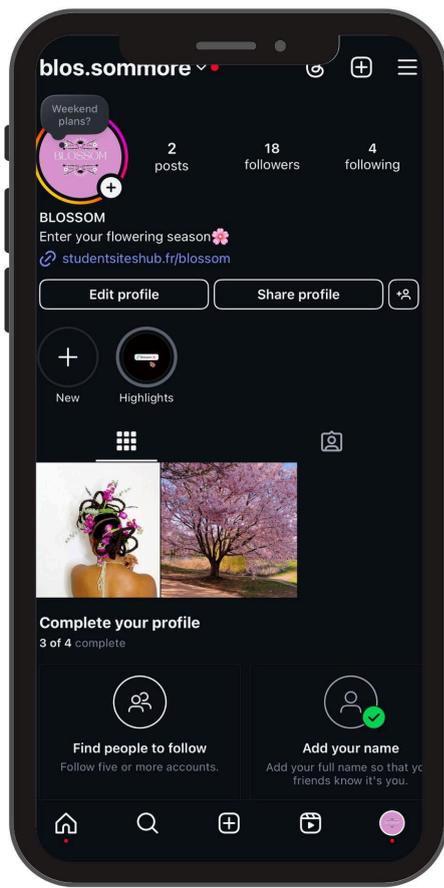
PLAN D'ACTION ET MISE EN OEUVRE

Format du contenu proposé : E-book

Organisation du contenu :

Sujet du contenu proposé	Titre du contenu proposé
Confiance en toi et style	Comment ton style influence ta confiance en toi ?
Epanouissement personnel	Les 5 habitudes à adopter pour gagner en assurance
Pratiques	Les étapes pour se sentir bien dans sa peau

Media planning : Instagram



Nature du post	Titre	Dates de publications
Post instagram	Nouveau commencement	31/12/2024
Story instagram	Lien BLOSSOM	26/02/2025
post instagram	Citation sur l'épanouissement personnel	02/03/2025
carrousel Instagram	5 astuces pour oser affirmer son style	06/03/2025
Story Instagram + post	Citation du jour + lien vers BLOSSOM	09/03/2025

RAPPORT D'ANALYSE DES PERFORMANCES

Tracer les lignes		Rechercher...	Lignes par page : 10		1-1 sur 1	
<input type="checkbox"/>	Nom de l'audience +	Nombre total d'utilisateurs	Nouveaux utilisateurs	Sessions	Vues par session	Durée moyenne de la session
<input checked="" type="checkbox"/>	Total	95 100 % du total	92 100 % du total	150 100 % du total	1,11 Égal à la moyenne	1 min 54 s Égal à la moyenne
<input checked="" type="checkbox"/>	1 All Users	95	92	150	1,11	1 min 54 s

Vue d'ensemble des utilisateurs

- Nombre total d'utilisateurs : 95
- Nouveaux utilisateurs : 92 (soit environ 97% de nouveaux visiteurs, ce qui est un bon signe pour la notoriété du site)
- Sessions : 150 (ce qui signifie que certains utilisateurs sont revenus au moins une fois)
- Durée moyenne de session : 1 min 54 s (une durée correcte, mais qui pourrait être optimisée pour un meilleur engagement)
- Vues par session : 1,11 (ce qui signifie que la majorité des utilisateurs ne naviguent pas beaucoup.)

Groupe de canaux...ux par défaut +		↓ Nombre total d'utilisateurs	Nouveaux utilisateurs	Utilisateurs connus	d'enga moye utilisate
<input checked="" type="checkbox"/>	Total	95 100 % du total	92 100 % du total	14 100 % du total	1 r Égal à la r
<input checked="" type="checkbox"/>	1 Direct	70	67	14	1 r
<input checked="" type="checkbox"/>	2 Organic Social	24	24	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	3 Organic Search	1	1	0	

Analyse des sources de trafic

Direct (trafic sans intermédiaire : URL tapée directement, favoris, etc.)

- 70 utilisateurs (soit 73,7% du total)
- 67 nouveaux utilisateurs
- 14 utilisateurs connus (reviennent sur le site)

La majorité du trafic vient directement, ce qui indique que certains visiteurs de BLOSSOM ont pu accéder grâce à des références externes ou encore du bouche-à-oreille.

Organic Social (trafic venant des réseaux sociaux, sans publicité payante)

- 24 utilisateurs (soit 25,3% du total)
- 24 nouveaux utilisateurs

Tous ces utilisateurs sont nouveaux, ce qui signifie que le site attire bien depuis les réseaux sociaux. Cependant, aucun utilisateur connu ne revient depuis les réseaux sociaux .

Il faudrait alors renforcer l'engagement sur ces plateformes (ex : inciter à revenir sur le site avec du contenu interactif, des lead magnets, etc.).

Organic Search (trafic depuis Google et autres moteurs de recherche sans pub payante) :1 utilisateur (1% du total)

Le SEO ne génère pas de trafic significatif. Il faut donc travailler sur l'optimisation des mots-clés et du référencement naturel pour améliorer cela.

A ce jour, le site internet compte 95 utilisateurs. **J'avais pour objectif 150 utilisateurs au total, j'espérais également que les visiteurs restent sur le site un plus longtemps.**

Cependant, je n'ai pas pu atteindre mes objectifs fixés, j'ai donc pu identifier quelques axes d'améliorations.

Par rapport à **l'augmentation de l'engagement et le nombre de pages vues par session**, j'aurais dû :

- Ajouter des CTA plus visibles pour inciter à explorer d'autres contenus : Je n'ai placé qu'un seul élément d'appel à l'action sur mon site web, il était au début, juste après l'introduction (Je l'ai mis là parce que, je ne voulais pas que les utilisateurs soient confus en ne trouvant pas directement l'aspect vestimentaire sur le site, alors que c'est

l'un des point majeur.), j'aurais dû en placer un autre vers la fin afin de maximiser les chances de visites.

- Les vues du E-book ont donc été impactées



BLOSSOM Yourself & Style.

Description
manquante.

**Ajoutez-le maintenant avec
Breeze** 



Activer la confidentialité des données 

En savoir plus 

LIENS CRÉÉS

1

VISITEURS

30

VUES

45

Sur les 95 visiteurs du site web, seulement 30 personnes ont vu le E-book, ce qui ne représente même pas la moitié du total.

- Optimiser le design et l'ergonomie pour inciter à rester plus longtemps: Malheureusement je m'en suis rendu compte vraiment tard, mais j'aurais dû faire mon site en deux pages. Bien que le contenu soit intéressant, le fait de tout avoir sur une page, ne m'avantage pas du tout pour le référencement naturel du site, mais cela ennuyait aussi les visiteurs.

Quant à **l'amélioration de la fidélisation des visiteurs Organic Social**, j'aurais dû :

- Avoir une stratégie digitale beaucoup plus travaillée, en ajoutant, du contenu qui incite à revenir comme des newsletter par exemple, ou encore des articles hebdomadaires sur le site.
- Relancer ces visiteurs via des rappels sur les réseaux sociaux (Faire beaucoup plus de story et poster plus souvent).

Pour **l'optimisation du référencement naturel (SEO)**, j'aurais dû :

- Travailler sur des mots-clés stratégiques qui correspondent aux recherches des utilisateurs.
- Ajouter des métadonnées optimisées (titres, descriptions) et améliorer la structure du site web.

CONCLUSION

En conclusion, à travers ce projet digital, l'objectif principal était de créer un espace bienveillant et accessible, où chaque femme peut évoluer à son rythme et trouver les ressources nécessaires pour s'épanouir pleinement.

D'un point de vue technique et digital, j'ai rencontré quelques défis qui ont conduit à des erreurs sur la version finale de la production.

Cependant, ces obstacles m'ont permis d'identifier et de comprendre les points à améliorer. En conséquence, ce projet a été une expérience enrichissante, me permettant de développer des compétences précieuses en stratégie et marketing digital, et de renforcer ma capacité à gérer des projets