

Projet Pas 2 Gras Pas 2 Chocolat par Bouton Léo TC

Le but est de mettre en place un site guide avec programme personnalisé dans la perte de gras et pas de poids comme la plupart dise et font. Il y aurait sur le site les principales informations sur le sujet et un guide/ebook pdf à télécharger plus complet, et un formulaire de contact pour faire la demande d'un programme personnalisé (entraînement et nutrition).

Le marché

Le marché de la perte de gras et du fitness est actuellement très compétitif et en pleine croissance, mais il présente encore des opportunités.

Marché en pleine croissance :

- Tendances santé et bien-être
- Essor du digital

Le marché mondial de la perte de poids et du fitness était estimé à environ 254,9 milliards de dollars en 2021, et devrait atteindre 377,3 milliards de dollars d'ici 2026, avec un taux de croissance annuel moyen (CAGR) de 8,7 % sur cette période.

Cela montre à quel point ce secteur est en pleine expansion, en particulier avec l'essor des solutions digitales, comme les programmes en ligne, les applications de suivi, et le coaching personnalisé. C'est donc un marché avec un fort potentiel, malgré la concurrence. (Market Data Forecast et Global Market Insights)

47% des Français ont un IMC supérieur à 25, et sont donc en surpoids, et 17 % des Français sont en situation d'obésité.

Opportunités

- Spécialisation sur la perte de gras : La majorité des programmes se concentrent sur la perte de poids globale, sans distinction entre perte de poids et perte de gras (ce qui est une subtilité importante pour les consommateurs informés)
- Approche personnalisée
- PDF téléchargeables, accompagnement tout le long de la transformation pour arriver à des résultats concrets et mesurables

Le pourquoi

J'ai pris ce projet car c'est un domaine qui m'intéresse de plus en plus, que ce soit au niveau nutrition comme entraînement, et j'aime ce côté « aider les gens à atteindre leurs objectifs » et les voir se réaliser et aider les personnes à se sentir mieux (mentalement comme physiquement).

Besoins

- Plus de confiance en soi
- Résultats visibles et durables
- Réduction du stress
- Personnalisation
- Simplicité et accessibilité
- Suivi et accompagnement
- Rapport qualité-prix

Frustrations

- Manque de temps
- Complexité des régimes alimentaires
- Absence de personnalisation
- Manque de soutien
- Résultats qui tardent à apparaître
- Trop d'informations ce qui crée la désinformation

Objectifs

- 100 visites sur le site
- 150 abonnés sur Instagram
- 300 abonnés sur Tiktok

- 20 téléchargements de guide/ebook
- 5 informations de contact via le formulaire pour un programme personnalisé

Via les kpis : taux de conversion ; nombre de visites ; temps passé sur les pages ; taux d'engagement ; portée ; taux de clic

Résultats obtenus à ce jour (01/03/2025)

Site (depuis le début) :

- 250 vues du site
- 76 sessions
- 225 impressions
- 18 clics
- CTR moyen de 8%
- Position moyenne dans les serps de 26,4
- 44 utilisateurs total dont 44 actifs
- Durée d'engagement moyenne par utilisateur actif de 41 secondes
- 727 évènements
- Taux d'engagement de 64,5%

Instagram (au cours des 90 derniers jours) :

- 49 followers
- 76 comptes touchés dont 54,5% de followers et 45,5% de non followers
- 11 clics sur le lien dans la bio qui mène au site
- 38 comptes ont interagi dont 52,6% de followers et 47,4% de non followers
- 89 interactions dont 55 likes, 8 commentaires et 11 enregistrements

Tiktok (depuis le début) :

- 365 followers dont 18% d'hommes et 82% de femmes
 - Age :
 - 13,4% de 18-24 ans
 - 41% de 25-34 ans
 - 30,3% de 35-44 ans
 - 12,3% de 45-54 ans
 - 3% de 55 ans et plus
 - Emplacements :
 - 73,5% en France
 - 5,4% en Belgique
 - 2,9% à la Réunion
 - 1% au Canada

- 13,8% dans d'autres pays
- 2354 likes
- 77000 vues de publications
- 332 vues de profil
- 55 commentaires
- 244 partages
- 143000 spectateurs total dont 20% des hommes et 80% des femmes
 - Age :
 - 30,3% de 18-24 ans
 - 40,7% de 25-34 ans
 - 17,1% de 35-44 ans
 - 8,7% de 45-54 ans
 - 3,2% de 55 ans et plus
 - Emplacements :
 - 87,7% en France
 - 5,2% en Belgique
 - 2,2% de la Réunion
 - 1,7% en Suisse
 - 1,3% d'autres pays
 - Créateurs que mes spectateurs ont également regardés :
 - Bulk
 - Tibo Inshape
 - BeIN SPORTS
 - Basic Fit

Concurrence

- MyFitnessPal : une application qui propose des suivis de calories et des conseils de nutrition
- Freeletics : propose des programmes d'entraînement personnalisés basés sur des objectifs comme la perte de gras
- T Nation : un site qui se concentre sur des programmes spécifiques de perte de gras avec un mélange de nutrition et d'entraînement
- Lucile Woodward : une coach française qui propose des programmes de remise en forme et perte de gras adaptés à tous niveaux
- Autres coach indépendants
- FizzUp : un programme de coaching en ligne qui se concentre sur des régimes personnalisés pour la perte de gras
- Weight Watchers : bien que connu pour la perte de poids en général, ils se concentrent sur une approche durable via l'alimentation

Buyer persona 1 (principal)

1. Critères socio-démographiques

Critère	Détail
Âge	18 à 35 ans
Sexe	Homme et femme
Profession	Étudiant, jeune actif, freelance, employé
Revenu	De rien à moyen (0 € à 40 000 € par an)
Niveau d'éducation	Bac à Bac+5
Situation familiale	Célibataire ou en couple, sans enfants
Localisation	Zones urbaines et périurbaines
Mode de vie	Assez actif socialement, utilise beaucoup le numérique pour rechercher

2. Description du Persona

Lucas, 24 ans, travaille en tant que développeur web à Pau. Il passe de longues heures assis devant son ordinateur et à pris du poids ces dernières années. Ayant toujours été complexe par son physique, il veut enfin prendre le contrôle et transformer son corps pendant qu'il est encore jeune. Il suit déjà des influenceurs fitness sur Instagram et TikTok, mais il est perdu face aux informations contradictoires sur la nutrition et l'entraînement.

Il veut apprendre **comment perdre du gras tout en gagnant du muscle**, mais il n'a pas envie de passer par des régimes drastiques ou des programmes compliqués. Il cherche **une approche claire, accessible et efficace**, avec des résultats visibles rapidement. Son objectif principal est de **se sentir bien dans sa peau et de gagner en confiance**.

3. Psychographie

Élément	Description
Valeurs	Apparence, confiance en soi, développement personnel, discipline
Croyances	"Si je ne me prends pas en main maintenant, ce sera plus dur plus tard"
Motivations profondes	Avoir un physique qui lui plaît, être fier de son apparence, ne plus être complexé
Attitude face à la santé	Intéressé mais encore perdu, cherche des solutions claires et accessibles
Influence sur les achats	Fortement influencé par les avis en ligne et les recommandations des influenceurs

4. Comportements d'achat

Élément	Description
Canaux préférés	Instagram, TikTok, YouTube, Google (SEO)
Processus de décision	Impulsif mais cherche à être convaincu par des résultats concrets (témoignages, avant/après)
Critères principaux	Résultats visibles, simplicité, accessibilité financière, accompagnement progressif
Fréquence d'achat	Achète ponctuellement des programmes, mais peut souscrire à un suivi si convaincu
Type de contenu consommé	Vidéos courtes, stories Instagram, podcasts, PDF clairs et concis, applications mobiles

5. Problèmes clés

1. Comment perdre du gras et gagner du muscle sans suivre un régime trop strict ?
2. Quels exercices et quelle alimentation adopter pour transformer mon physique sans y passer des heures ?
3. Comment rester motivé et discipliné sur le long terme sans abandonner au bout de 2 semaines ?
4. Comment distinguer les bons conseils des fake news et tendances absurdes sur le fitness ?
5. Quel programme peut vraiment fonctionner pour moi, sans que ça me coûte trop cher ?

6. Arguments clés pour convaincre

1. **Méthode éprouvée et efficace** – Mes programmes sont basés sur des principes simples, garantissant des résultats visibles et durables.
2. **Plan alimentaire et entraînement simplifiés** – Pas de privation extrême ni d'entraînements interminables : mon approche est réaliste et adaptable à ton rythme.
3. **Coaching progressif et motivant** – Des plans personnalisés qui évoluent avec toi pour éviter la stagnation et garder la motivation.

4. **Accessible et flexible** – Un programme que tu peux suivre à ton rythme, avec des outils clairs et adaptés à ton budget.
5. **Preuves et témoignages réels** – Avant/après, retours d'expérience et communauté active pour te motiver et voir que ça marche vraiment.

Buyer persona 2 (secondaire)

1. Critères socio-démographiques :

Critère	Détail
Âge	28 à 40 ans
Sexe	Femme
Profession	Cadre, employée de bureau, entrepreneur
Revenu	Moyen à élevé (30 000 € à 60 000 € par an)
Niveau d'éducation	Bac +3 ou plus
Situation familiale	En couple, souvent avec 1 ou 2 enfants
Localisation géographique	Zones urbaines ou périurbaines (grandes villes)
Mode de vie	Sédentaire au travail, active en famille

2. Description du Persona :

Sophie, 35 ans, est cadre dans une entreprise de marketing à Lyon. Elle est mariée et a deux enfants de 5 et 7 ans. Sophie mène une vie bien remplie, jonglant entre son travail exigeant et ses responsabilités familiales. Elle travaille souvent depuis un bureau, passant de longues heures assise devant un écran. Elle se soucie de sa forme physique et de son apparence, mais peine à trouver le temps d'intégrer une routine sportive régulière. Malgré plusieurs tentatives pour suivre des régimes ou des programmes de remise en forme, elle trouve les résultats insatisfaisants, notamment parce qu'elle est plus concernée par la perte de gras que par une simple perte de poids. Elle recherche une approche personnalisée et simple qui s'intègre dans son emploi du temps chargé, et qui lui permette de se sentir bien dans sa peau sans sacrifier son bien-être mental.

3. Psychographie :

Élément	Description
Valeurs	Bien-être physique et mental, équilibre travail-vie personnelle
Croyances	Elle croit que le bien-être est crucial pour réussir sur le long terme
Motivations profondes	Se sentir bien dans sa peau, maintenir une image positive d'elle-même
Attitude face à la santé	Préfère des solutions qui ne sont pas restrictives ou trop exigeantes
Influence sur les achats	Privilégie les solutions simples, efficaces et personnalisées qui s'adaptent à son rythme de vie

4. Comportements d'achat :

Élément	Description
Canaux préférés	Recherche en ligne (SEO), réseaux sociaux (Instagram, TikTok), influenceurs
Processus de décision	Réfléchi, prend le temps de comparer et de chercher des avis avant de s'engager
Critères principaux	Personnalisation, simplicité, accessibilité, suivi personnalisé et résultats visibles
Fréquence d'achat	Ponctuelle pour des programmes complets, régulière pour des suivis de coaching
Type de contenu consommé	Articles de blog, vidéos, conseils en ligne, PDF téléchargeables, programmes sur mesure

5. Problématiques clés :

1. Comment puis-je perdre du gras sans avoir à suivre un régime trop restrictif ?
2. Comment intégrer une routine d'entraînement et de nutrition adaptée à mon emploi du temps chargé ?
3. Comment obtenir des résultats visibles et durables sans trop bouleverser mon mode de vie ?
4. Comment éviter de me sentir submergée par la quantité d'informations contradictoires sur la perte de gras ?
5. Comment puis-je bénéficier d'un suivi personnalisé sans que cela coûte trop cher ?

6. Arguments clés pour convaincre :

1. **Approche spécialisée** : Mes programmes se concentrent exclusivement sur la perte de gras, une approche plus ciblée et efficace que les régimes classiques de perte de poids.
2. **Personnalisation** : Un coaching personnalisé est adapté à ton emploi du temps, tes préférences alimentaires et ton niveau de forme physique, pour des résultats visibles et durables.
3. **Simplicité d'utilisation** : Mon ebook et mes programmes sont conçus pour être simples à suivre, même pour les personnes ayant un emploi du temps chargé.
4. **Résultats mesurables** : Mes solutions garantissent des résultats tangibles en termes de tonification et de bien-être, sans frustration liée aux régimes.
5. **Accessibilité et suivi continu** : Avec des ressources comme un PDF détaillé et un coaching accessible à distance, je te proposons un accompagnement sur mesure sans exploser ton

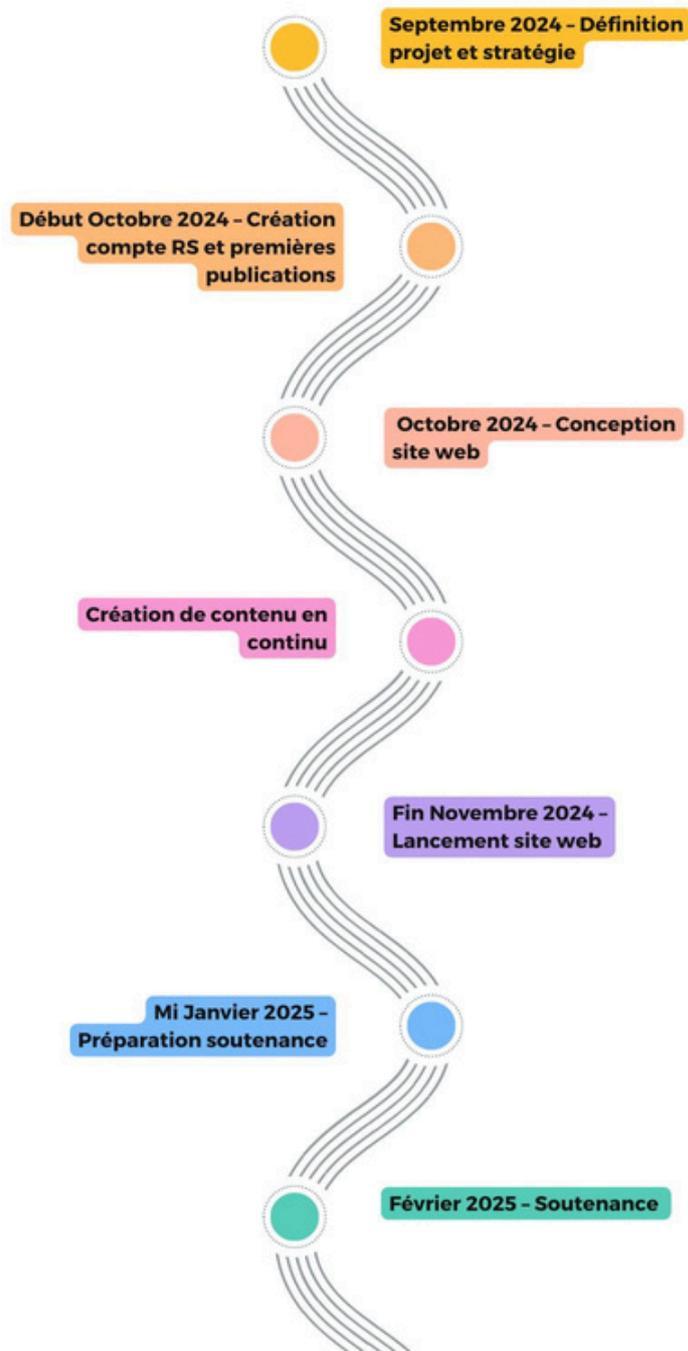
budget.

Canaux

SEO ; Réseaux sociaux

Timeline

Timeline

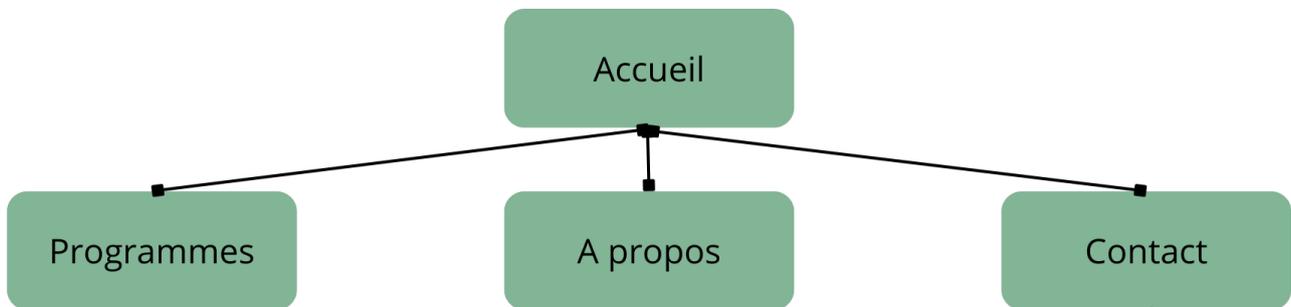


Dossier de conception du site internet (maquette blanche, Thème et plugins)

Lien vers le site : <https://studentsiteshub.fr/pas-2-gras-pas-2-chocolat/>

Arborescence et structure

Schéma de l'arborescence du site



Navigation principale et secondaire

Navigation principale

Visible sur le menu du site, elle contient les liens essentiels :

- **Accueil / Perte de gras** : Page principale avec un résumé des différentes sections du site.
- **A propos** : Informations sur mon histoire et les valeurs du projet, accompagnées de témoignages.
- **Programmes** : Accès aux programmes d'entraînement proposés (PPL, Upper/Lower, Arnold Split).
- **Contact** : Informations pour me joindre, localisation et FAQ.

Navigation secondaire

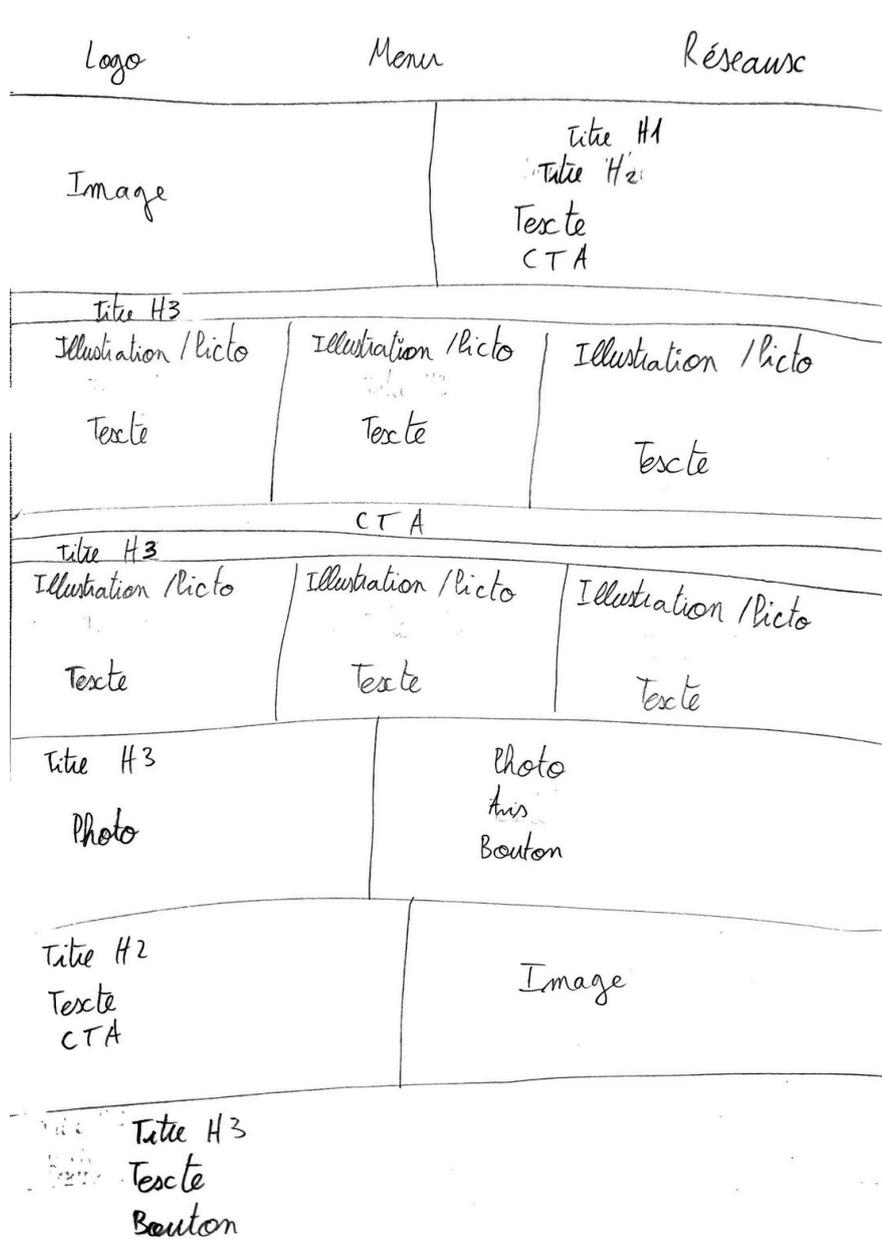
Présente en bas de page (footer) ou sous la navigation principale, elle contient :

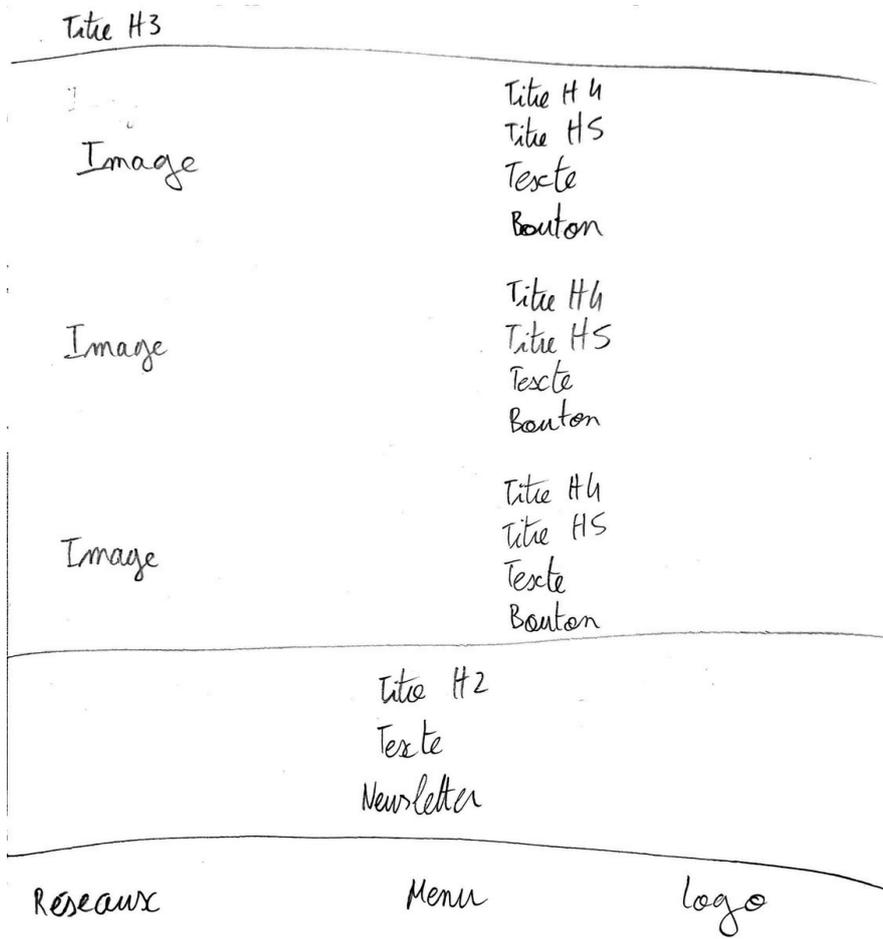
- **Réseaux sociaux** : Liens vers Instagram et TikTok.
- **Abonnement à la newsletter** : Champ d'inscription pour recevoir les mises à jour.

Zoning et wireframes

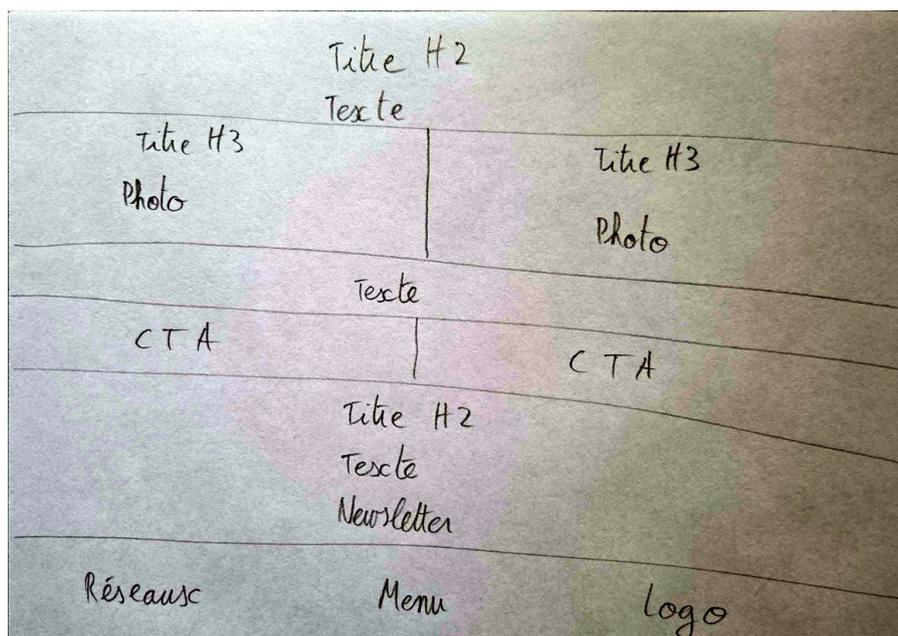
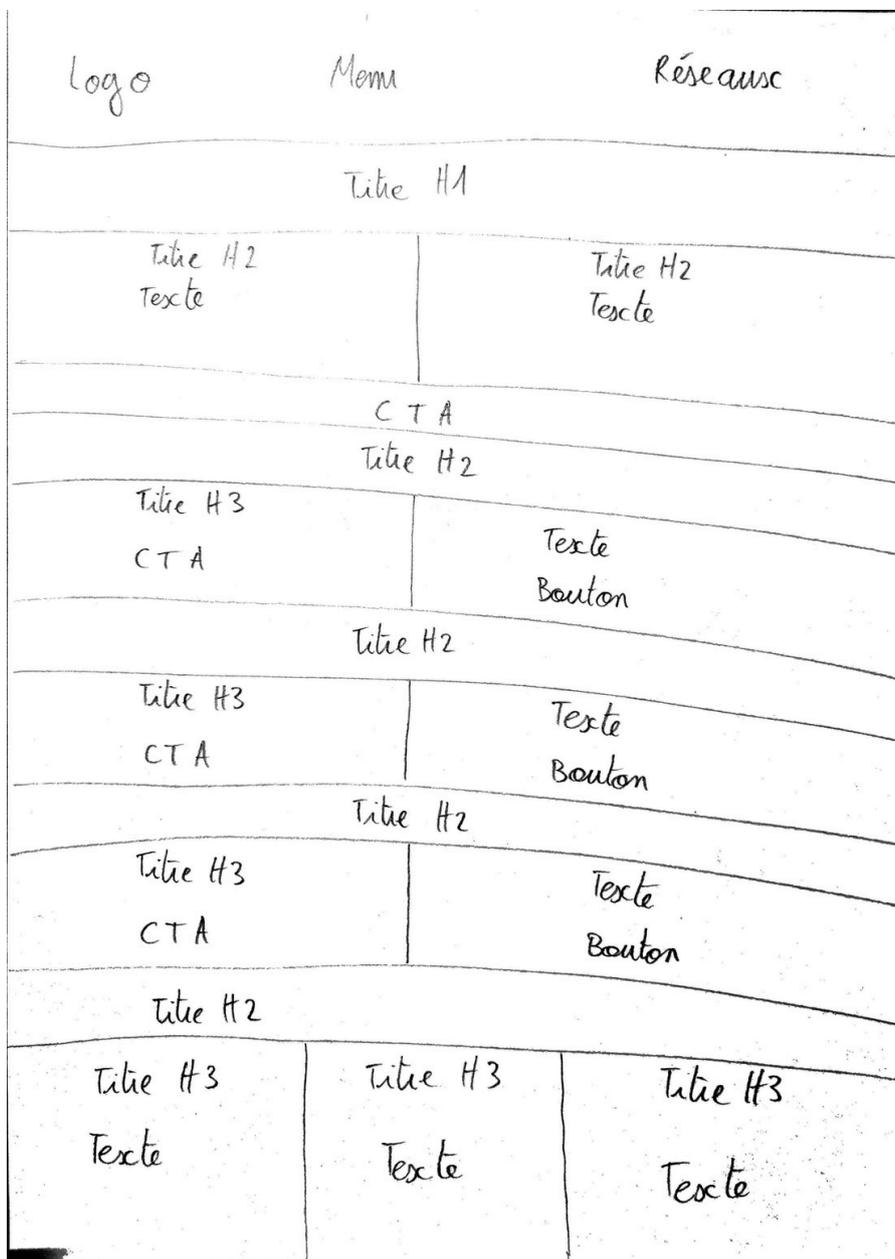
Maquette blanche

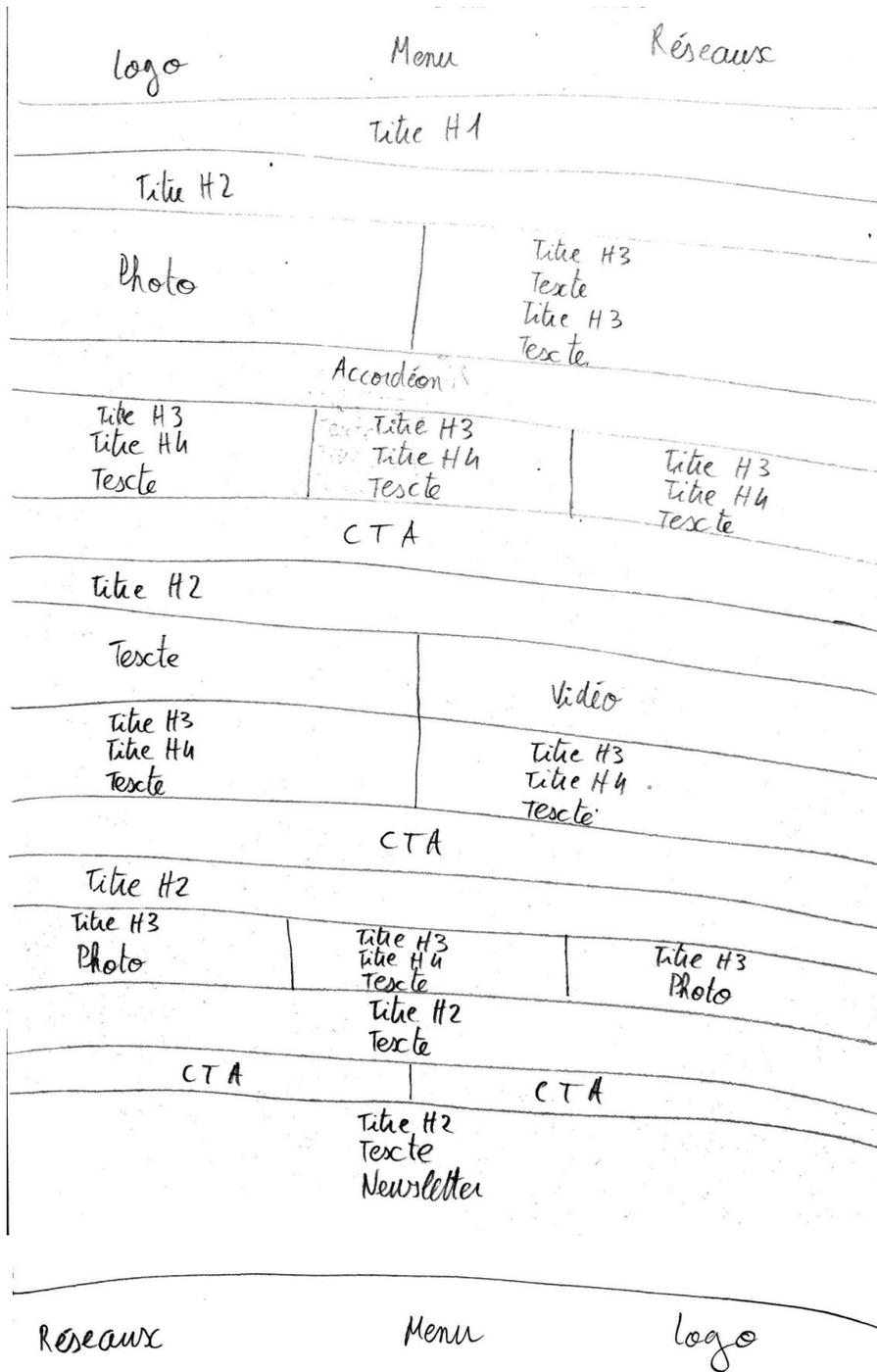
Page accueil :



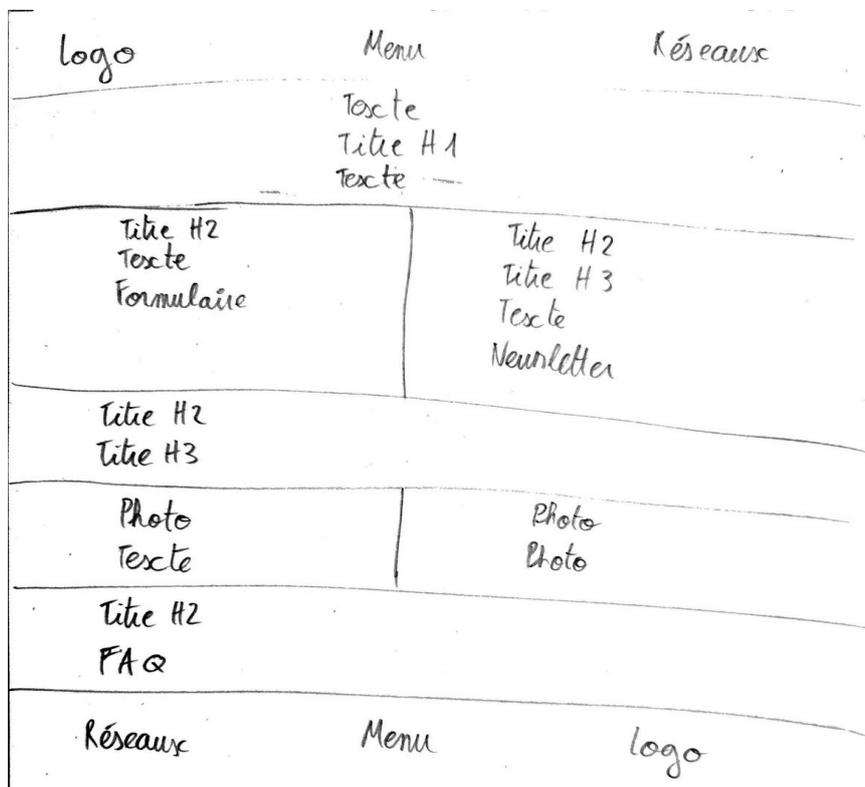


Page programmes :





Page contact :



Design et expérience utilisateur (UX)

Éléments de la charte graphique

Voir plus bas la charte graphique.

Fonctionnalités

Fonctionnalités spécifiques

Formulaires interactifs

Formulaire de contact / demande (page Contact) :

- Permet aux visiteurs de m'envoyer un message directement via le site
- Champs : Nom, Email, Message
- Disponible pour les utilisateurs souhaitant un accompagnement spécifique

Formulaire d'inscription à la newsletter :

- Présent en bas de chaque page

Fonctionnalités de navigation

Menu de navigation clair et structuré :

- Catégories : *Accueil / Perte de gras, À propos, Programmes, Contact*

Fonctionnalités de téléchargement et accès aux ressources

Téléchargement de l'e-book gratuit :

- Téléchargement automatique avec ouverture automatique de l'e-book après le clic sur le bouton
- Ouverture automatique de l'e-book en s'abonnant à la newsletter

Accès direct aux guides d'entraînement

- PDF des programmes (PPL, Upper/Lower, Arnold Split) accessibles via la page programme

Fonctionnalités sociales et engagement utilisateur

Liens et intégration des réseaux sociaux :

- Icônes vers Instagram et TikTok en en-tête et pied de page

Système d'avis et de témoignages :

- Section témoignages avec photos avant/après
- Possibilité pour les clients de laisser un avis après l'achat d'un programme

Fonctionnalités de performance et SEO

Optimisation SEO des pages :

- Méta descriptions optimisées avec mots-clés stratégiques
- URL propres et lisibles

Résumé des fonctionnalités spécifiques du site

- Formulaire (contact, newsletter, programme personnalisé)
- Navigation optimisées
- Téléchargements et ressources accessibles
- Engagement social et interaction
- SEO et performances améliorées

Contenus

Types de contenus

- Textes
- Photos
- Vidéos
- Logo
- Illustrations

Référencement naturel (SEO)

Mots-clés

- Accueil / Perte de gras : "perte de gras"
- Programmes : "programme"
- A propos : "gras" ; "transformation"
- Contact : "contact"

Charte graphique

Logo

Composition



Tablette de chocolat avec des bras musclé pour représenter et illustrer le nom du projet.



Yeux cartoon dans un ton sérieux mais humoristique en même temps pour donner de la vie au logo et créer une mascotte.

Logotype



Voici l'agencement complet du logo. On y retrouve la combinaison de la tablette de chocolat au bras musclé et des yeux cartoon agencé de manière à créer une mascotte. Par ailleurs, l'expression "**PAS 2 GRAS**" est écrite en police "Poppins" en gras et en majuscule. Vient ensuite l'expression "PAS 2 CHOCOLAT" qui elle est écrite en police "Raleway" en majuscule.

Usage sur fonds



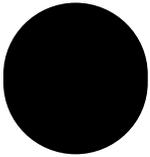
Fond blanc



Fond noir

Les couleurs

Colorimétrie



Noir #000000



Gris #262d3f



Marron foncé #4e211c



Marron clair #a2593f



Beige #e69873

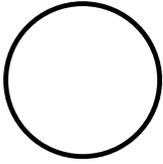
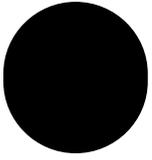


Orange #ff4c00

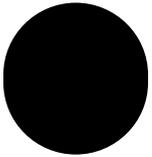
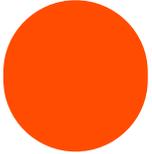
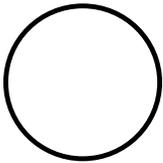
Règles d'utilisations



Couleurs des éléments graphiques



Couleur lié à l'écriture de texte



Couleurs pour les titres (H1, H2 et H3)

Typographie

Police de titre et de sous-titre

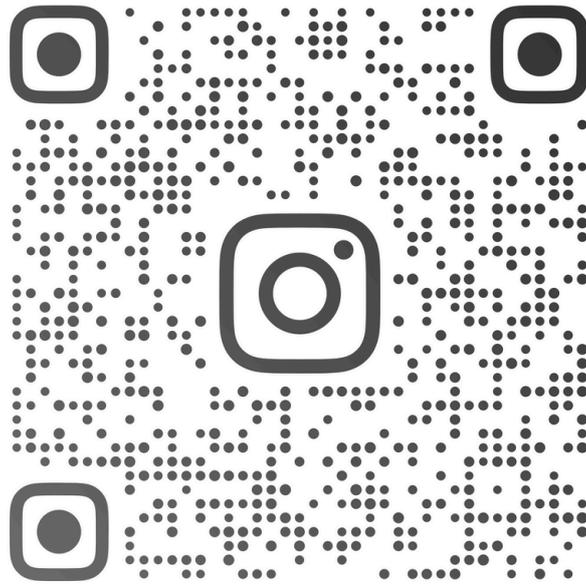
"**Poppins**" et "Poppins" : "**Poppins**" (en gras) est la police utilisée dans les titres et "Poppins" est la police utilisée dans les sous-titres.

Police de texte

"Raleway" : Police utilisée pour l'écriture des textes.

Réseaux sociaux

- Insta : [🌐 Instagram \(@pas2gras_pas2chocolat\)](#)



PAS2GRAS_PAS2CHOCOLAT

- Tiktok : [🌐 pas2gras_pas2chocolat on TikTok](#)

Charte éditoriale

Ton et style

Ton de la communication

Décontracter, dynamique, motivante, le projet s'adresse à des jeunes personnes cherchant à perdre du gras tout en gardant un côté fun et décomplexé.

Il doit rester persuasif avec une pointe d'humour pour attirer l'attention, mais sans être trop formel. Il doit transmettre un sentiment de proximité et d'encouragement.

Style rédactionnel

Direct, empathique et décontracté, l'idée est de comprendre les besoins du client, tout en gardant un discours simple et motivant.

Engageant, il est important d'inclure des appels à l'action clairs (« Télécharger le guide maintenant ! », « Essayer le ! », etc.).

Vocabulaire et terminologie

Mots-clés associés

Gras, élimination des graisses, transforme ton corps, plan nutritionnel, entraînement ciblé, motivation, coaching, style de vie sain, musculation, équilibre alimentaire, santé.

Pas de régime, pas de privation, amélioration continue, forme physique, performance.

Termes techniques spécifiques

Lipolyse (réduction de la masse grasse), IMC, métabolisme, macronutriments, calories.

Mots à éviter

Éviter des termes comme régime, privation, minceur extrême, perte de poids (concentration sur la perte de gras spécifiquement pour le moment).

Éviter le jargon scientifique trop compliqué : le message doit être clair et simple.

Structure et format

Structure des articles, posts et communiqués

Introduction : Une phrase ou un court paragraphe accrocheur pour attirer l'attention.

Corps : Donner des conseils pratiques (comment perdre du gras, comment s'entraîner) ou des témoignages/motivations.

Conclusion : Inclure un appel à l'action clair (téléchargement du PDF, inscription à un coaching personnalisé).

Visuels : Inclure des images ou vidéos dans chaque article ou post pour augmenter l'engagement.

Longueur idéale

Posts sur les réseaux sociaux : Entre 100 et 150 mots pour des publications engageantes et rapides.

Emailing/newsletters : 200-300 mots avec un focus sur un sujet précis et un appel à l'action (téléchargement de guide, inscription à la newsletter, etc.).

SEO (Search Engine Optimization)

Principes de référencement naturel

Utiliser des mots-clés pertinents liés à la perte de gras (pas de poids), à la nutrition, à l'exercice physique, la musculation, etc.

Optimisation des titres (balises H1, H2, H3) pour améliorer le référencement : inclure des mots-clés dans les titres.

Meta descriptions : Courtes descriptions accrocheuses (155-160 caractères) avec les mots-clés principaux pour inciter au clic.

Liens internes : Référencer d'autres articles ou guides sur le site pour améliorer l'indexation.

Conseils SEO

Utiliser un langage naturel, mais insérer des variantes de mots-clés liés à la thématique (ex. "brûler des graisses", "diminuer le taux de gras", etc.).

Structurer les textes avec des paragraphes courts, des sous-titres, et des listes pour faciliter la lecture et améliorer le SEO.

Alt texts pour les images : Inclure une description avec des mots-clés pour toutes les images (ex. : "plan d'entraînement pour perdre du gras").

Ligne éditoriale

Thématiques à aborder

Perte de gras vs perte de poids : Éduquer les utilisateurs sur les différences.

Conseils pratiques : Exemples d'exercices, de régimes alimentaires équilibrés, conseils de nutrition et d'hygiène de vie.

Témoignages/Success Stories : Partager des réussites pour motiver et inspirer les autres.

Éducation : Aborder la science derrière la perte de gras, l'importance des macronutriments, de l'activité physique.

Produits gratuits : Promouvoir le guide de perte de gras comme source de développement et d'entretien de la motivation pour générer des leads.

Fréquence de publication

Réseaux sociaux : Publier environ 2 à 3 fois par semaine minimum avec des contenus engageants et des visuels attractifs.

Emails/newsletters : 1 fois par mois, avec des conseils pratiques et des appels à l'action clairs.

Création et optimisation des profils sur les réseaux sociaux

Optimisation des profils

Assurer la cohérence visuelle (logo, couleurs, ton) entre les différents réseaux sociaux (Instagram, Tiktok).

Biographie claire : Décrire en quelques mots la mission de la marque.

CTA dans la bio : Ajouter un lien direct pour atterir sur le site et télécharger l'ebook.

Contenus visuels attractifs

Utiliser des visuels simple, des idées d'exercices, des idées de recettes...