



# Bee mymate

Trouve ta coloc !

Aurélie Leroy, Élodie Slatine, Emma Le Van, Leslie Quintin & Marine Angot

©2022 - Beemymate



# Édito

Dans le cadre de notre troisième année de Bachelor Webdesign et Communication Graphique, nous avons réalisé un projet qui visait à la création d'une start-up proposant un service innovant. Nous avons tiré les mots clés "république", "orage" et "préservatif" ainsi que "fanboys et fangirls" pour la catégorie cible. Nous avons décidé de prendre le mot "orage" et de le lier aux tensions. Notre projet start-up se porte sur les jeunes passionnés et la colocation



# INTRO- DUCTION

---

Il nous a été demandé, pour ce projet, de créer une startup proposant un service innovant. Une startup est en général une entreprise moderne et récente qui est principalement dans le domaine de la tech, mais elle doit avant tout avoir un business plan scalable. L'entreprise doit pouvoir augmenter massivement son activité tout en réalisant une économie d'échelle (réduire le coût de production unitaire moyen du produit ou du service).

Dans ce dossier, vous retrouverez toutes nos démarches et notre travail effectué pour réaliser cette startup, en passant par l'élaboration de notre concept, de l'identité de marque ainsi qu'à l'aspect gestion de projet, sans oublier le marketing et le développement du service.

# Table des matières

# 01

## | ÉTAT DES LIEUX

A - Les fansboys/fangirls	09
B - Recherche du concept	10

# 02

## | DÉMARCHES UX

A - Phase exploratoire	11
B - Phase d'idéation	28
C - Phase de conception	37
D - Phase d'évaluation	51

# 03

## | IDENTITÉ GRAPHIQUE

A - Vision graphique	53
B - Moodboard	55
C - Charte graphique	58
D - Logo	62
E - Mise en situation	68
F - Iconographie	70
G - Design Système	72
H - Maquette	76

# 04

## | DÉVELOPPEMENT

A - Choix du code et des langages	84
B - ChatBox	86
C - Résultat	88

# 05

## | COMMUNICATION / MARKETING

A - Business plan	90
B - Étude de la concurrence	92
C - Note d'intention	94
D - SWOT	98
E - Réseaux sociaux	101
F - Affiche publicitaire	111
G - Vidéo promotionnelle	117

# 06

## | GESTION DE PROJET

A - Organigramme	120
B - Planning	122
C - Sprint	124
D - Périmètre	125
E - User Stories	126

# État des lieux

- 1 - Les fansboys/fangirls
- 2 - Recherche du concept

01

ETAT DES LIEUX

# A - Les fansboys / fangirls.



Lors du tirage au sort, nous avons sorti les mots fansboys et fangirls pour la catégorie de notre cible. Un fanboy et une fangirl sont des termes anglais désignant une personne qui est passionnée de quelqu'un ou de quelque chose, comme un acteur, un type de musique, un appareil technologique, etc. Suite à cette définition, nous nous sommes rendus compte qu'on pouvait avoir plusieurs types de fans et cibler un public large. C'est pourquoi la cible que l'on veut atteindre est des jeunes passionnés de quelque chose. Par ailleurs, entre passionnés, il est plus facile de se lier sur ce sujet. Ainsi, nous nous sommes demandés s'il ne serait pas intéressant d'être cet intermédiaire permettant leur rencontre.

ETAT DES LIEUX

# B - Recherche du concept.



## Problématique

Environ la moitié des colocations se finissent mal, poussant beaucoup de personnes à ne plus retenter l'expérience. Bien souvent, les tensions viennent de la répartition des tâches ménagères, d'un rythme de vie différent ou même d'une mésentente entre les personnes. Qu'ils décident de retenter ou non l'expérience, ils sont forcés de repartir dans un processus de recherche d'appartement, ce qui est coûteux en temps et en argent. Quant au nouveau recrutement de colocataire, la peur que le même schéma se reproduise est toujours présente.

Quel service pourrait accompagner les utilisateurs dans leur processus de recherche afin de trouver une colocation compatible autant sur leur mode de vie que sur leurs centres d'intérêts ?

## Pitch

Notre solution s'adresse à des étudiants de 18-25 ans nécessitant de trouver une colocation. Beemymate est un service qui propose une plateforme de mise en relation entre les colocataires en se basant sur leurs centres d'intérêts. Contrairement à nos concurrents qui se basent sur le logement et non la personnalité des locataires. Ainsi, notre solution évite les conflits et les tensions entre des colocataires qui ne partageaient ni le même rythme de vie, ni les mêmes centres d'intérêts. Nous proposons en plus de cela, un service de vidéo pour rendre l'annonce plus attractive et établir un premier contact.

# Phase exploratoire

1 - Brainstorming

2 - Portrait chinois

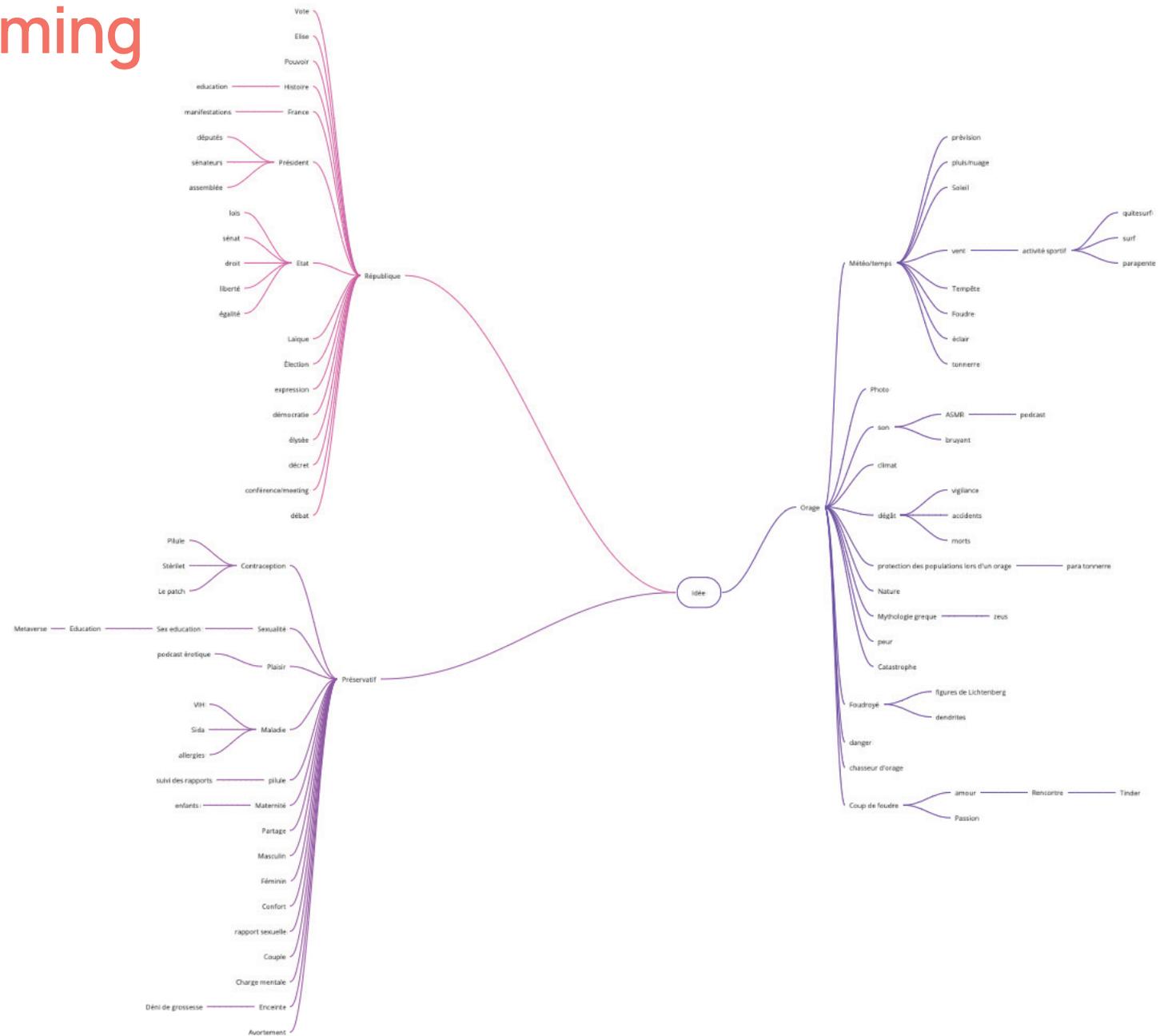
3 - Recherches secondaires : étude de la cible, étude de la concurrence, univers sémantique

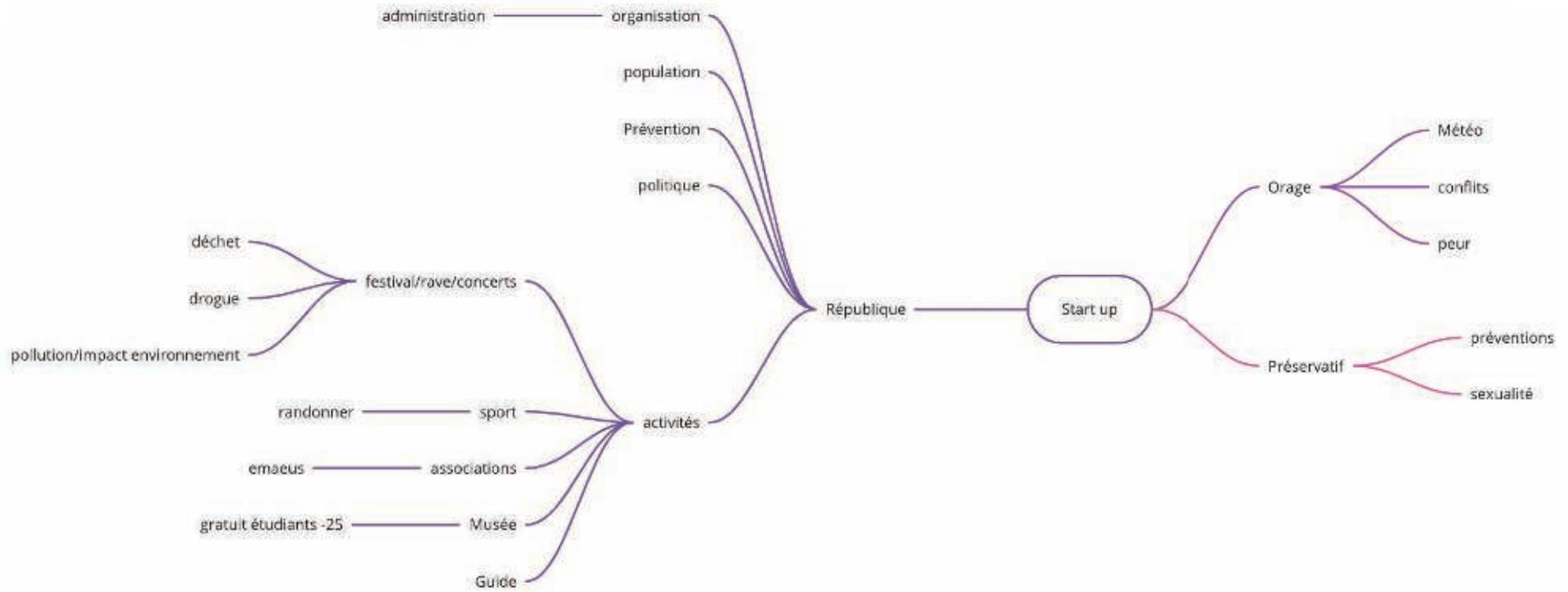
4 - Recherches primaires : questionnaire et entretiens

# 02

DÉMARCHES UX

# A - Brainstorming





DÉMARCHES UX

# B - Portrait chinois.

Afin de nous aider dans nos démarches de recherche, nous avons décidé de faire un portrait chinois. Cet atelier a été fait avec l'ensemble du groupe de projet. Le groupe de projet a répondu aux questions suivantes :

- Si le service était un [ animal; lieu; super-héro; végétal; personnage; objet ], que serait-il ?

Les mots ressortis sont :

- communauté
- rassemblement
- jeune
- partage
- économies
- cohabiter

Cette recherche de mots, nous a permis de déduire une partie des valeurs qui représente Beemymate.

## Un végétal



propagation famille <sup>1</sup> reproduction création  
 pipi au lit **partage** <sup>3</sup> enfance vache souvenirs  
 amusement <sup>1</sup> nostalgie regroupement calme  
 odeur apaisement soin bien être panique <sup>1</sup>  
 espoir terre robuste convivialité <sup>1</sup> piquant  
 électricité dans l'air **autonome** <sup>2</sup> durable  
 résistant survivant

## Un animal



**communauté** <sup>4</sup> entraide solitude taches  
 organisation <sup>1</sup> **solidarité** <sup>3</sup> respect hiérarchie  
 répartition piétiner

## Un super héros



**jeune** 3 moitié indépendant indépendance  
 bien être solitude guide coéquipier  
 vitalité vitesse entouré **conflits** 2  
 1 médiation compromis 1 réconciliation  
 vie nocturne entraide sans redevance  
 social 1 humour 1

## Un personnage



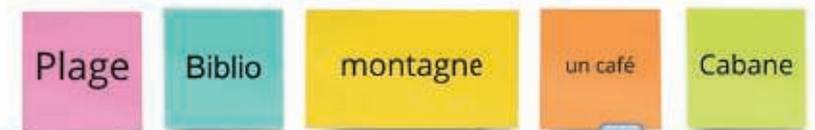
maladroite coloc avec ses copines mission se confient  
 1 responsable autonome émotions étudiantes  
 présente discuter partager accueil conviviale 2  
 famille fauché amusement 1 découverte rencontre  
 la folie **économies** 3 stress solitude flemme  
 échange dispute lien 1 bienveillance manger  
 médiateur tâches ménagères répartition des tâches 1  
 charge mentale 1 fatigue contrainte boniche

## Un objet



**cohabiter** 3 fonctionnel entraide 1 prend de la place  
 repas ensemble partagé 1 réunis conviviale 1  
 discuter repos intimité seul  
 1 confort **soirée** 2 passage 1 échange 1  
 discussion rencontre connaissances  
 confessions ouverture contrainte  
 aération renouvellement cigarette  
 aération renouvellement cigarette

## Un lieu



**rassemblement** 3 bonne humeur **rencontre** 3 calme  
 groupes jeux chaleur tranquillité aide silence  
 concentration guide détente entraide partage 1  
 odeur matin cocooning bien être  
 construire ensemble bordel 1

## C - Recherches secondaires.

Cette étape permet de s'informer des données déjà récoltées et analysées. Cela permettra de répondre aux questions suivantes : quels sont les acteurs du marché ? Quelles sont les parts respectives ? Quelles sont les tendances et les évolutions prévues ?

### Étude de la cible

Lorsque l'on parle de colocation, nous avons tendance à nous diriger vers une cible d'étudiants et de jeunes adultes. C'est pourquoi, pour nous conforter sur la cible que l'on veut atteindre, nous nous sommes basés sur l'étude de LocService, réalisée en octobre 2021.

Cette étude nous montre que 58% des candidats à la colocation sont des étudiants et 36% ont un travail contre respectivement 55 % et 41 % l'année dernière. LocService justifie la baisse des actifs par les effets de la crise sanitaire (chômage, télétravail). Mais, la

demande de colocation des étudiants reste toujours importante et active. Concernant les régions sur lesquelles nous nous focaliserons sont en région d'Île-de-France puis élargir les annonces vers d'autres grandes provinces de la France. En effet, près de 38% des demandes concernant l'Île-de-France et 62% des recherches ciblent la province.

Par ailleurs, avec cette étude nous avons également relevé les désirs des colocataires potentiels. Notamment, de rencontrer de nouvelles personnes (73 %), de réduire son budget (49 %) et de profiter d'un logement plus grand (30 %). Cela nous permet de mieux comprendre leurs intentions de recherche. En parallèle, l'étude nous montre que la colocation n'est pas forcément tout rose. En effet, ce que les colocataires détestent le plus dans une colocation sont un logement sale (67 %), une chambre qui soit visité en leur absence (60 %) et que ce soit toujours

le même qui fasse la vaisselle (30 %).

Par conséquent, nous allons cibler des étudiants et jeunes adultes de 18 ans à 25 ans nécessitant de trouver une colocation.

De plus, nous appuierons sur la partie sociale en mettant en valeur les passions et de ce qu'un colocataire ne veut pas afin de faire correspondre ces intentions de recherche en plus de la recherche lambda d'une habitation.

Source : <https://www.gererseul.com/actualites-immobilieres/etude-2021-locservice-colocation/>

### Etude de la concurrence



### La carte des colocs

<https://www.lacartedescolocs.fr/>

La carte des colocs, c'est le site des colocataires. En effet, depuis 2013, les colocataires choisissent sur une carte l'emplacement de leur futur logement et trouvent les annonces associées. Cette plateforme simplifiée met en relation des colocataires avec d'autres colocataires en un clic, afin de créer une vraie communauté. Gratuite, la carte des colocs, surfe sur une nouvelle manière de trouver un logement.



### Relais coloco

La Colocation Relais Coloco

L'activité colocation, qui a vu le jour en 2013 suite à un partenariat entre Paris Habitat et Relais Accueil, permet de répondre à la forte demande de logement des jeunes actifs de moins de 30 ans en

situation de mobilité et de décohabitation en Île-de-France. Elle facilite l'accès au logement de jeunes actifs qui, avec un premier emploi souvent précaire, ont des ressources insuffisantes pour accéder au parc privé parisien.



### Colette club

<https://www.colette.club/>

Colette aide les étudiants et jeunes actifs à se loger en cohabitant avec des hôtes qui ont une chambre à louer.

## Roomlala

### Roomlala

<https://fr-fr.roomlala.com>

Roomlala c'est une plateforme pour

trouver une chambre chez l'habitant, en mettant en relation des locataires et des propriétaires. En effet, le propriétaire dépose son annonce en décrivant la chambre qu'il souhaite louer. Cela permet au locataire de payer moins cher, et au propriétaire d'avoir un revenu, sans oublier la convivialité et le lien qu'ils créeront. De plus, cette start-up propose également des locations pour vos vacances, ou encore des chambres d'hôtes.

## Colivme

### Colivme

<https://colivme.com/>

Nouvelle plateforme dédiée à la solution de logement premium, qui favorise la vie en communauté (coliving), proposant des services et espaces communs tout en gardant votre indépendance avec des espaces privés équipés.

En termes de communication, que ce soit dans le contenu que visuellement, pas d'inspiration à prendre chez eux.



### Cooloc

<https://cooloc.com/>

Cooloc facilite les mises en relation entre colocataires quelque soit leur âge ou leur situation familiale. Le site permet de préciser si l'on souhaite vivre seul.e, en couple, dans un groupe, avec ou sans enfant ou au sein d'une famille monoparentale ou non. La startup accepte également les freelances, les personnes en CDD ou en période d'essai ainsi que les auto-entrepreneurs et les retraités. Les revenus ne sont pas communiqués aux propriétaires, Cooloc se porte garant.



### Coloc&you

<https://www.colocandyou.com/>

Entre la localisation, le prix du loyer, la

surface ou encore le type de bail, trouver la coloc idéale est parfois le parcours du combattant. C'est là que Coloc & You intervient. La startup lancée en juillet 2020 sélectionne -en fonction de vos critères- les colocations disponibles dans toute la France métropolitaine. Pour simplifier davantage l'expérience, elle vous permet aussi de déposer directement votre dossier sur sa plateforme afin de le rendre visible au bailleur. En cas de problème dans l'appartement, vous pouvez également utiliser l'application pour prévenir votre propriétaire.



### Xenia

<https://xenia-cohabitation.com/>

La plateforme Xenia permet aux seniors d'accueillir des jeunes chez eux pour un loyer abordable, en échange de moments passés ensemble et de quelques services rendus. L'objectif est de retarder le départ en maison de retraite, d'améliorer le quotidien

des seniors, tout en permettant aux étudiant-e-s, très fortement touché-e-s par la précarité en temps de crise sanitaire, de trouver un logement à bas prix. Ouvert aux moins de 30 ans et aux plus de 60 ans, l'idée de ce service est de proposer aux jeunes et aux seniors de remplir un questionnaire avec leurs centres d'intérêts et parcours pour faire matcher les différents profils inscrits. Un moyen de créer des synergies et de favoriser l'entente des nouveaux duos formés.



### Whoomies

<https://whoomies.com/>

La plateforme whoomies est une plateforme de logement dédiée aux étudiants et aux jeunes actifs. Elle permet de louer dans une colocation, dans un coliving ou encore une résidence étudiantes. Elle se veut simple d'accès, rapide à trouver un bien.



### FlatnYou

<https://www.flatnyou.com/colocation-clef-en-main>

Flatnyou est un service d'ameublement et de gestion tout en un c'est-à-dire qu'il loue des logements déjà meublés avec la possibilité de choisir ses colocation, une flexibilité dans les préavis et en plus Flatnyou s'occupe de l'aspect administratif.



### Studapart

<https://www.studapart.com/fr>

Studapart est une plateforme permettant aux étudiants de trouver des appartements que ce soit une location comme dans une résidence étudiantes avec en plus un service pour accompagner les étudiants dans leurs démarches.



### Sharies

<https://sharies.co/>

Une plateforme qui propose des logements en remettant au goût du jour le coliving. Ils souhaitent réinventé la vie en communauté dans un logement.

## colonies

### Livecolonies

<https://www.livecolonies.com/>

c'est une plateforme de logements en coliving et colocation meublés et prêts à vivre ! Tout est digitalisé pour pouvoir louer et aménager en moins d'une semaine ! Ils mettent un accès sur le confort et le bien être des habitants.



### Koliving

<https://www.koliving.fr/>

Koliving est la plateforme de location de logements la plus rapide d'Europe. Elle permet de trouver des colocations et coliving facilement et en toute rapidité avec en plus une vérification de chaque logement pour éviter toute arnaque.



### Coloca

<https://www.coloca.fr/>

COLOCA est un service qui propose des projets d'investissement locatif pour de la colocation et du coliving meublé de haut de gamme.



### Immo jeune

<https://www.immojeune.com/>

Immo jeune est un site de logement pour étudiant et jeune actif. Des offres

de location pour chambre, studio, résidence étudiante et également de colocation.

**studylease**.COM

### Studylease

<https://www.studylease.com/>

Studylease est une plateforme de réservation en ligne qui offre la possibilité de réserver rapidement, gratuitement et sans engagement un logement en résidence étudiante privée.



### Masteos

<https://www.masteos.com/>

C'est une plateforme qui s'occupe de votre investissement locatif dans l'ancien, dans de l'achat à la gestion locative.

**VIRGIL**

### Virgil

<https://www.wearevirgil.com/>

C'est une plateforme qui permet de trouver l'appartement de vos rêves pour un achat. De plus, Virgil co-investit un apport supplémentaire à vos côtés pour compléter votre financement.



### Ben Coloc

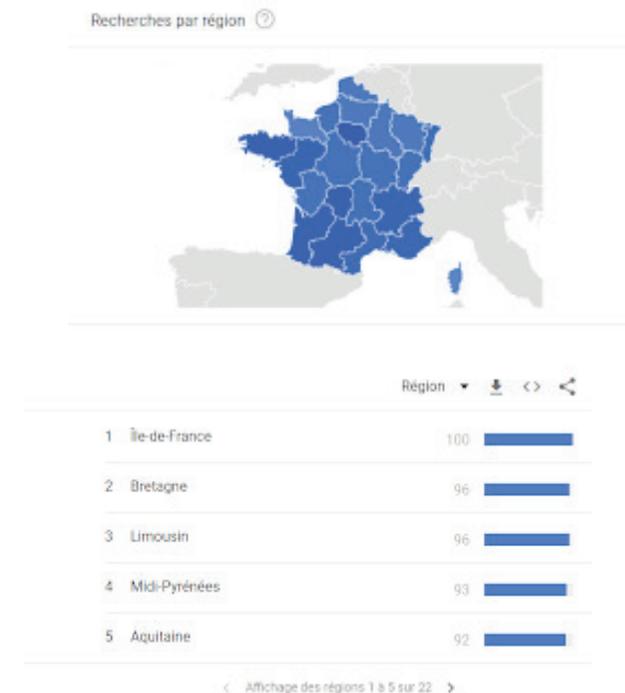
Leur site ne fonctionne pas et mise à part leur compte insta impossible de trouver d'autres comptes ou liens Au vu de leur compte Facebook, je me demande si Ben Coloc n'est pas un projet d'étude comme le nôtre

### Univers sémantique

Connaître l'univers sémantique de notre sujet nous permettra de ré-

pondre aux questions suivantes : Quelles sont les expressions de recherche les plus fréquentes ? Quels sont les termes spontanément utilisés par les utilisateurs ?

Pour cela nous avons utilisé Google Trends. Avec le mot "colocation", nous avons trouvé les résultats suivant : <https://trends.google.com/trends/explore?q=colocation&geo=FR>



Recherches par région



Région

Région	Valeur
6 Île-de-France	87
7 Pays de la Loire	83
8 Aquitaine	83
9 Haute-Normandie	79
10 Centre-Val de Loire	74

Affichage des régions 6 à 10 sur 22

Requêtes associées

En progression

Requête	Évolution
1 colocation personne âgée	+300 %
2 colocation lausanne	+250 %
3 colocation montpellier le bon coin	+80 %
4 assurance colocation étudiant	+70 %
5 le bon coin colocation paris	+70 %

Affichage des requêtes 1 à 5 sur 8

D'après cette carte nous pouvons voir la région où le mot clé a été le plus utilisé en Ile-de-France entre le 19 avril 2021 à aujourd'hui à la même date.

Cependant, durant la période d'août à septembre, Paris se trouve en 6e position, mais la proportion de recherche reste importante. Par conséquent, Paris est un bon lieu sur lequel nous pouvons pousser nos recherches.

Les requêtes associées nous permettent de connaître les autres mots des utilisateurs ayant recherché le même terme. Avec le mot "colocation Paris", nous trouvés les résultats suivant :

<https://trends.google.com/trends/explore?q=colocation%20paris&geo=FR>

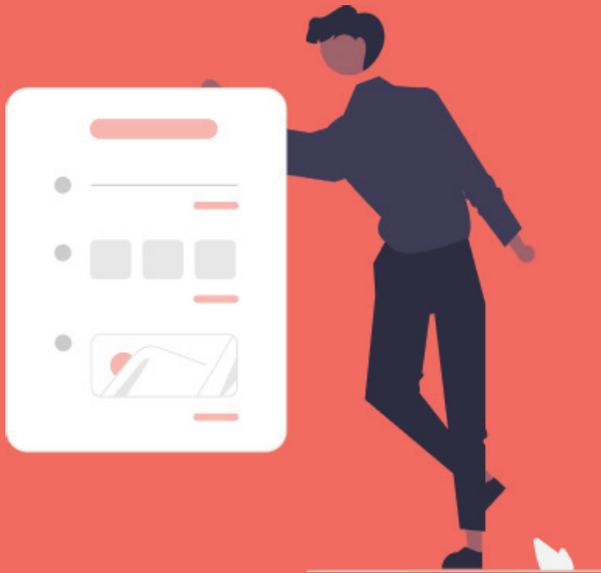
Ce graphique nous montre l'évolution de l'intérêt pour la recherche du mot "colocation Paris". Les résultats reflètent la proportion de recherches portant sur un mot clé donné dans une région et pour une période spécifiques, par rapport à la région où le taux d'utilisation de ce mot clé est le plus élevé (valeur de 100).

On déduit de ce graphique que la recherche augmente à partir de mi-août et le nombre maximal atteint de recherche se passe entre le 22 août et le 4 septembre 2021.

Évolution de l'intérêt pour cette recherche



## D - Recherches **primaire.**



La méthode quantitative permet l'étude des comportements, attentes ou opinions réalisée par questionnaire auprès d'un échantillon de population étudiée.

Nous avons ainsi réalisé l'étude sur un échantillon de 70 personnes pour une période de 7 jours.

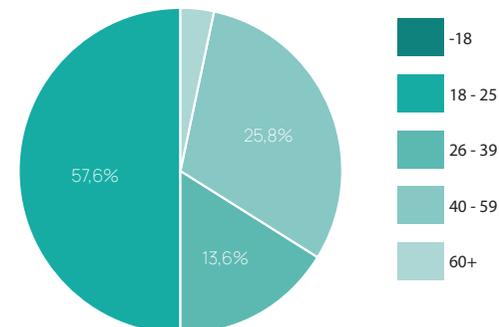
Questionnaire :

[https://docs.google.com/forms/d/1GB7UzKeWFdC5CGHr0tcsFyhy-Z8sv11DZOof3fH\\_0jRo/prefill](https://docs.google.com/forms/d/1GB7UzKeWFdC5CGHr0tcsFyhy-Z8sv11DZOof3fH_0jRo/prefill)

### Quel âge avez-vous ?

57,6% des personnes interrogées ont entre 18 et 25 ans.

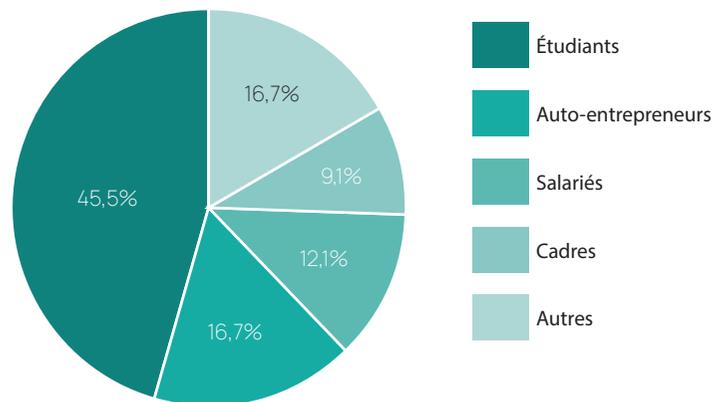
66 réponses



### Quel est votre statut professionnel ?

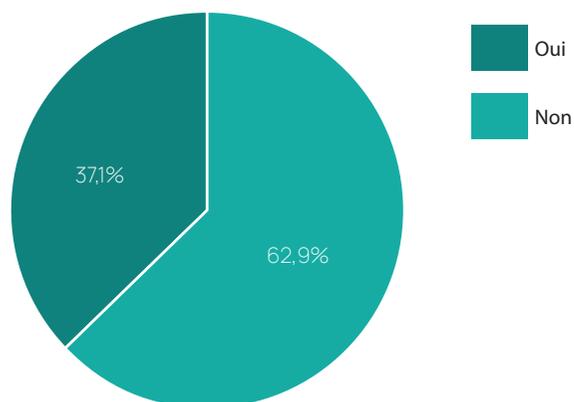
45,5% des personnes interrogées sont des étudiants.

66 réponses



### Êtes-vous actuellement en colocation ou l'avez-vous déjà été ?

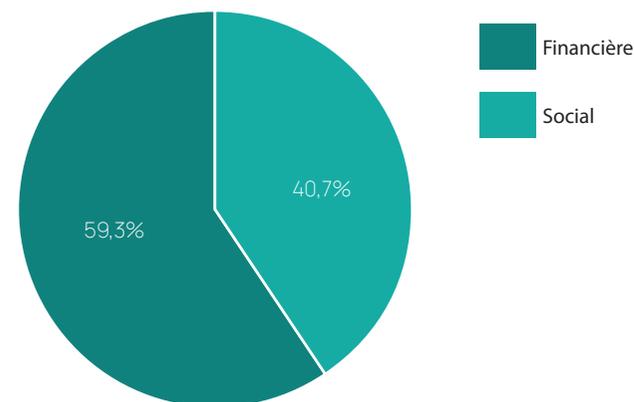
37% des personnes interrogées ont déjà été ou sont en colocation.



### Pour quelles raisons cherchez-vous ou cherchez-vous une colocation ?

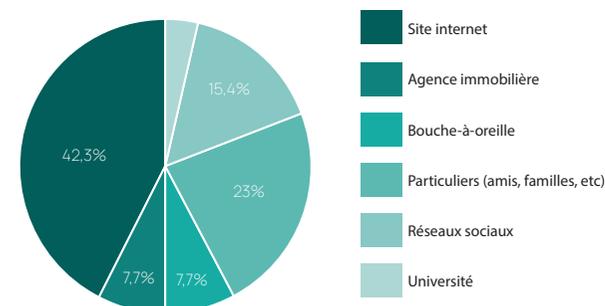
59% des personnes interrogées se mettent en colocation pour des raisons financières et 40% se mettent en colocation pour ne pas vivre seul.

26 réponses



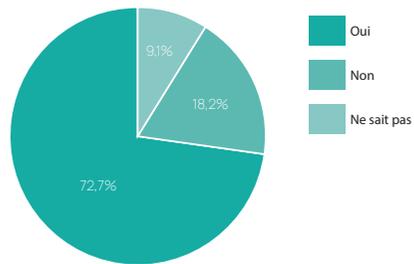
### Comment avez-vous trouvé votre colocation ou comment la cherchez-vous présentement ?

42,3% des personnes interrogées sont passées par des sites internet pour réaliser leurs recherches, principalement via Le Bon Coin.



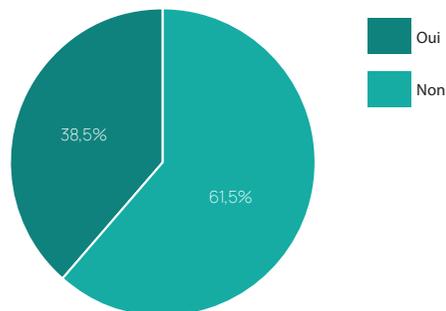
**Auriez-vous aimé / aimeriez-vous avoir accès à une plateforme qui vous accompagne dans votre recherche de colocation ?** (profil des colocataires, aides dans les démarches administratives, etc.)

72,7% des personnes interrogées seraient intéressées par notre service à condition que cela ne devienne pas un site de rencontre.



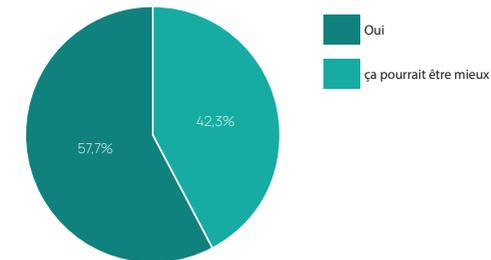
**Vous êtes-vous heurté à des difficultés pendant votre recherche ? Si oui, lesquels ?**

38,5% des personnes interrogées ont eu des difficultés pendant leurs recherches. Les points négatifs qui sont ressortis sont sur la compatibilité des colocataires, sur l'impossibilité de faire des colocations par rapport aux propriétaires et le manque de temps pour les visites.



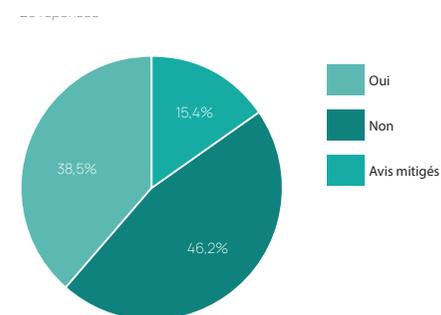
**Êtes-vous satisfait de vos colocataires ? Si "ça pourrait être mieux", dites-nous qu'elle est la première source de conflit ?**

42,3% des personnes interrogées pensent que ça aurait pu être mieux. Notamment lié aux tâches ménagères, aux non respects des règles établies (colocation non fumeur, calme, etc) et à la sociabilisation entre les personnes.



**Que pensez-vous de l'idée d'un service de médiation via une plateforme pour aider à apaiser les conflits dans une colocation ?**

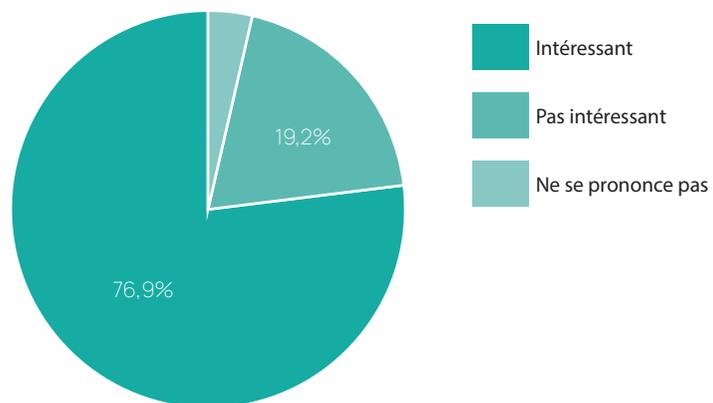
46,2% des personnes interrogées sont défavorables à cette idée, car ils n'en voient pas l'utilité et 38,5% trouveraient cette solution intéressante. Par conséquent, nous allons mettre cette deuxième fonctionnalité en second plan.



## Que pensez-vous d'un système de répartition des dépenses entre colocataires pour ne plus perdre le fil ?

(ex : pour les courses, sorties entre colocs)

76,9% des personnes interrogées pensent que cette fonctionnalité peut être utile dans le quotidien. En effet, la plupart des personnes utilisent déjà des applications dédiées à cette répartition. Notamment, à l'aide de Tricount.



## Entretiens

Pour compléter les réponses du questionnaire, nous avons fait 3 entretiens individuels avec notre cible pour en savoir plus sur leur vécu durant leurs recherches et durant leur colocation. Pour des raisons d'anonymat, les prénoms des interviewés ont été changés.

### Entretien n°1

Jade, ancienne étudiante, a vécu 2 ans en colocation à Rouen pour son BTS.

#### Expérience durant ses recherches

Jade a trouvé facilement sa colocation via le bon coin pour vivre à Rouen. Mais a eu des soucis au niveau de ses papiers administratifs. Par ailleurs, elle aurait aimé connaître les personnes qui habitaient déjà dans la colocation avant de pouvoir signer.

#### Expérience durant sa colocation

Jade a fait une colocation afin de ne pas vivre seule dans une ville qu'elle ne connaît pas et pour des raisons financières. Son expérience a été plutôt agréable, car elle a fait de belles rencontres, mais a eu un manque d'intimité par rapport au propriétaire qui déplaçait des affaires personnelles lors des visites et interdisait de déplacer les meubles.

#### Son avis vis-à-vis des idées de Beemymate

Jade pense qu'un service de médiation peut être bien pour permettre de trouver des solutions ou des moments de mieux expliquer aux autres colocataires.

Du point de vue de la colocation de Jade, un système de répartition des dépenses n'est pas forcément utile, car chacun achetait ses propres courses et le propriétaire faisait un excel avec les dépenses liées à son appartement (loyer, charges, eau et électricité).

Jade aurait aimé avoir une plateforme pour l'accompagner dans ses recherches afin de l'aider dans ses démarches et

pour ne pas louper une offre.

## Entretien n°2

Louise, 21 ans, étudiante en psychologie, a vécu 5 mois en colocation à Angers pour ses études.

### Expérience durant ses recherches

Louise a trouvé sa colocation assez facilement grâce au service de sa fac qui propose une liste de logements.

### Expérience durant sa colocation

Louise a vécu en colocation afin de ne pas habiter seule dans une ville qu'elle ne connaissait pas. Mais ne veut pas réitérer cette expérience, car la vision de la vie en communauté n'était pas la même avec ses colocataires. En effet, elle voyait un manque d'investissement des tâches ménagères, d'hygiène de vie de la part de ses colocataires, s'ajoute à cela une barrière linguistique et culturelle, car c'étaient des colocataires ne parlant pas français.

### Son avis vis-à-vis des idées de Beemymate

Louise pense que c'est une bonne idée d'avoir un service de médiation afin d'apaiser les tensions dans une colocation pour avoir une meilleure qualité de vie.

Louise est mitigée concernant le système de répartition des dépenses, car dans sa colocation elles ne partageaient pas les dépenses sauf pour les produits ménagers. Mais elle pense que cela peut être intéressant selon le fonction-

nement des colocations.

Enfin, Louise n'utilisera pas le service que propose Beemymate car elle ne veut plus faire de colocation. Mais trouve tout de même l'idée intéressante pour éviter l'appréhension et l'angoisse de se mettre en colocation avec des inconnus, faciliter les recherches et le bien-être de la personne.

## Entretien n°3

Chloé, 21 ans, étudiante en RH, a vécu 6 mois en colocation en Lettonie dans le cadre d'un Erasmus.

### Expérience durant ses recherches

Chloé a trouvé facilement son logement grâce à Airbnb et s'est mise en colocation avec une amie de son école. Mais elle aurait aimé avoir des informations de la ville et du pays pour être notamment plus près du centre-ville.

### Expérience durant sa colocation

Chloé a fait une colocation afin d'avoir un soutien moral durant son expérience et pour payer moins chère le loyer. Mais elle a rencontré des problèmes dans son logement notamment le manque d'eau chaude, de wifi et de canalisation.

### Son avis vis-à-vis des idées de Beemymate

Chloé ne trouve pas pertinent d'avoir un service de médiation car les problèmes ne seront jamais les mêmes et n'aurait pas forcément l'idée de chercher de l'aide sur internet

lors de ce genre de conflits. Mais avoir des petits tips pourrait possiblement être utile.

Chloé trouve intéressant d'avoir un système de répartition des dépenses car elle en a utilisé un notamment Tri-count.

Enfin, elle trouverait le service Beemymate intéressant pour notamment faire ses recherches pour des colocations à l'étranger et pour savoir en avance comment serait le mode de vie du colocataire pour éviter les conflits et différences.

# Phase d'idéation

1 - Personas

2 - Carte d'empathie

3 - Scénario d'usage

# 02

DÉMARCHES UX

## A - Personas.

—

Nous avons réalisé trois différents personas afin d'illustrer nos profils types d'utilisateur. Tout d'abord avec deux personas, Rémy et Maya, permettant d'avoir des parcours utilisateurs du côté des utilisateurs cherchant une colocation. Puis un dernier persona, Alain, qui se trouve du côté de l'annonceur c'est-à-dire qu'il va pouvoir poser une annonce.



# PERSONAS N° 01



## Rémy Fasol

Alternant développeur

Age : 23 ans

Location : Mantes-la-Jolie

Education : master dev

Rémy a 23 ans, il vit encore chez ses parents et poursuit ses études de dev. Il a une petite soeur qui ne comprend pas du tout sa passion et un chien (un carlin) qui s'appelle Frank. Il s'entend bien avec ses parents, bien qu'ils ne partagent pas les mêmes centres d'intérêts.

Pour son entrée en master, il souhaiterait quitter le domicile familial afin de se rapprocher de son école sur Paris (le trajet Paris - 78...). Seulement tout est très cher, et il souhaite trouver une solution à prix raisonnable.

C'est un grand fan de jeux de rôles grandeur nature. Il ne loupe jamais aucun festival du fantastique ni aucune convention. Il interprète un mage dans ces conventions du nom de Rodolf le brave. Autrement, il aime jouer aux jeux vidéos chez lui avec ses amis (en ligne ou en physique). Il n'est pas très fervu de sports ou de concerts. Mais c'est quelqu'un de très expressif, très joyeux et très avenant.

### PERSONNALITÉ

- Jeux de rôles
- Conventions
- Jeux vidéos
- Univers fantastique
- Dév web
- Memes
- Crypto (To the moon)
- Livres

### INTÉRÊTS

- Jeux de rôles
- Conventions
- Jeux vidéos
- Univers fantastique
- Dév web
- Memes
- Crypto (To the moon)
- Livres

### PLATEFORMES UTILISÉES

- PC de gaming
- Téléphone mobile
- Discord
- Notion
- Reddit
- GitHub
- Twitter

### BESOINS ET ATTENTES

- De trouver un appartement à Paris (ou limitrophe) à prix raisonnable et idéalement pas un placard.
- Proche de son école et/ou de son travail.
- Il a hâte d'être indépendant.
- Faire de nouvelles rencontres.
- Rencontrer une damoiselle qui pourrait lui donner une potion de guérison aux conventions.

### MOTIVATIONS

- Ne plus faire plus d'une heure de transport chaque jour pour se rendre à son travail ou son école.
- Vivre dans un appartement décent (pas trop petit, pas trop cher).
- Trouver avant la fin de l'été une solution de logement.

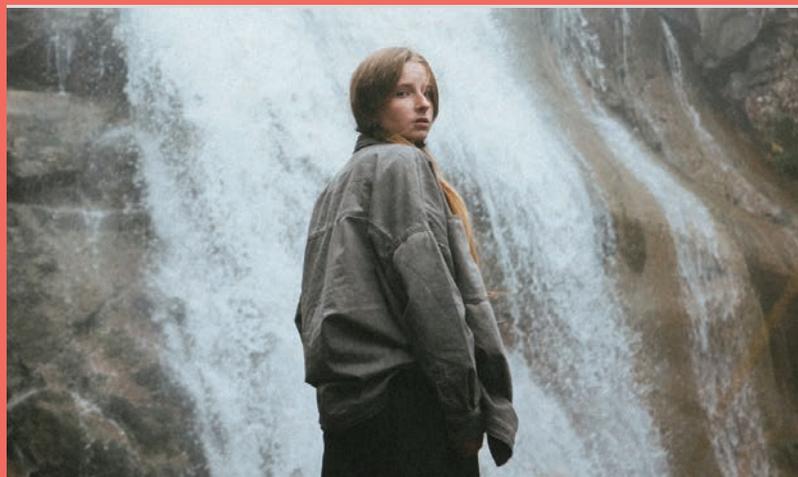
### POINTS DOULOUREUX / FRUSTRATIONS

- Trop de personnes ne comprennent pas ou ne partagent pas ses passions (JDR).
- Ne pas avoir la place de ranger ses costumes dans son futur appartement.
- Peur, dans le cas d'une colocation, de ne pas pouvoir exposer ses figurines geeks.

### BUTS

- Terminer ses études et obtenir son master.
- Trouver un appartement près de Paris pas trop cher.
- Écrire le meme le plus drôle de Twitter.
- Boire de l'hydromel en tant que Rodolf le brave.

## PERSONAS N° 02



### Maya Pique

Lycéenne  
 Age : 17 ans  
 Location : Strasbourg  
 Education : Études  
 supérieures de vétérinaire

Maya a un grand frère, et elle vit avec ses deux parents. Elle se dispute souvent avec sa maman qui voudrait que sa fille soit plus féminine et girly. Elle s'entend très bien avec son papa, ils partagent la même passion de la randonnée.

C'est une lycéenne de 17 ans qui va bientôt passer son bac. Elle souhaite faire des études de vétérinaire. Elle a déjà fait un stage auprès de son oncle qui est lui-même vétérinaire, donc elle sait à quoi s'attendre un petit peu. Il n'y a pas beaucoup de bonnes écoles en France, donc elle sera forcée de quitter sa ville natale, voire même sa région.

Elle aime vraiment beaucoup les animaux et les randonnées. D'ailleurs, si elle passe plus d'une semaine sans faire de rando, elle se sent malheureuse.

#### PERSONNALITÉ

- Introvertie
- Esprit d'analyse
- Active
- Organisée
- Solitaire

#### INTÉRÊTS

- Randonnées
- Animaux
- Documentaires sur Netflix
- Scroller sur TikTok
- Elle aime se poser
- Prendre des photos lors de ses randonnées et les poster sur Instagram

#### PLATEFORMES UTILISÉES

- Ordinateur portable
- Téléphone mobile
- TikTok
- Instagram
- WhatsApp

#### BESOINS ET ATTENTES

- S'éloigner de sa mère pour ne plus se disputer avec elle.
- Intégrer son école de prédilection.
- Trouver un logement près de cette école.
- Pouvoir visiter les appartements et surtout s'organiser car ce n'est pas dans sa région.

#### MOTIVATIONS

- Obtenir une bonne école réputée.
- Faire des randonnées les weekends.
- Faire de nouvelles rencontres en déménageant.
- Prendre des photos des futurs lieux qu'elle visitera.

#### POINTS DOULOUREUX / FRUSTRATIONS

- La visite des appartements qui s'annonce difficile au vu de la distance.
- La peur de se retrouver seule, si jeune, et loin de ses parents.
- Peur de se retrouver sans argent car elle n'a pas de travail.
- Peur de se retrouver dans une grosse agglomération comme Paris.

#### BUTS

- Intégrer la meilleure école de vétérinaire de France.
- Trouver un logement près de son école (idéalement un logement étudiant ou une colocation).
- Découvrir les horizons près de sa nouvelle école afin de trouver les meilleurs spots de rando.

## PERSONAS N° 03



### Alain Fini

Monteur de hamburger au Mcdo

Age : 27 ans

Location : Lyon 3e arrondissement

Education : Études supérieures de tourisme

Alain est né au Vietnam mais il a été adopté par un couple gay français. Il s'entend très bien avec ses pères, il a aussi deux soeurs adoptives avec qui il fait souvent des activités. Il est leur plus grand fan.

Il a fait des études de tourisme, mais dernièrement à cause du Covid c'est un peu au point mort. Il travaille du coup au McDo plus par nécessité que par choix. Il fait aussi quelques livraisons Uber Eats pour compenser les fins de mois.

Il vit en colocation avec un mec et deux nanas. Son colocataire masculin part dans deux mois, parce qu'il devient propriétaire. Ils doivent donc se lancer à la recherche d'un nouveau colocataire pour le remplacer.

Beemymate

#### PERSONNALITÉ

- Extraverti
- Créatif
- Actif
- Désordonné
- Sociale
- Drôle

#### INTÉRÊTS

- Sportif et cherche des personnes avec qui faire du sport
- Aime chanter quand il cuisine
- Cuisiner (surtout les plats japonais)
- Les soirées karaoké
- Fan du Japon
- Organiser des weekends

#### PLATEFORMES UTILISÉES

- Ordinateur portable
- Téléphone mobile
- TikTok
- Instagram
- LinkedIn
- WhatsApp
- Snapchat
- Tinder
- Welcome to the jungle

#### BESOINS ET ATTENTES

- Changer de job.
- Pouvoir être impliqué dans la recherche de coloc sans avoir à poser de jour de congé ou être mis de côté à cause de ses horaires.
- Avoir plus de temps pour lui et profiter de ses amis.
- Il aimerait bien trouver un(e) coloc avec qui partager des soirées karaokés (les autres n'aiment pas trop ça).

#### MOTIVATIONS

- Faire des économies et gagner de l'argent pour vivre bien.
- Trouver un travail qui le passionne.

#### POINTS DOULOUREUX / FRUSTRATIONS

- À cause de ses horaires (souvent tard le soir ou les weekends), l'organisation des visites pour trouver un nouveau coloc est difficile.
- Il n'a pas toujours ses weekends, ça lui laisse peu de temps pour lui.

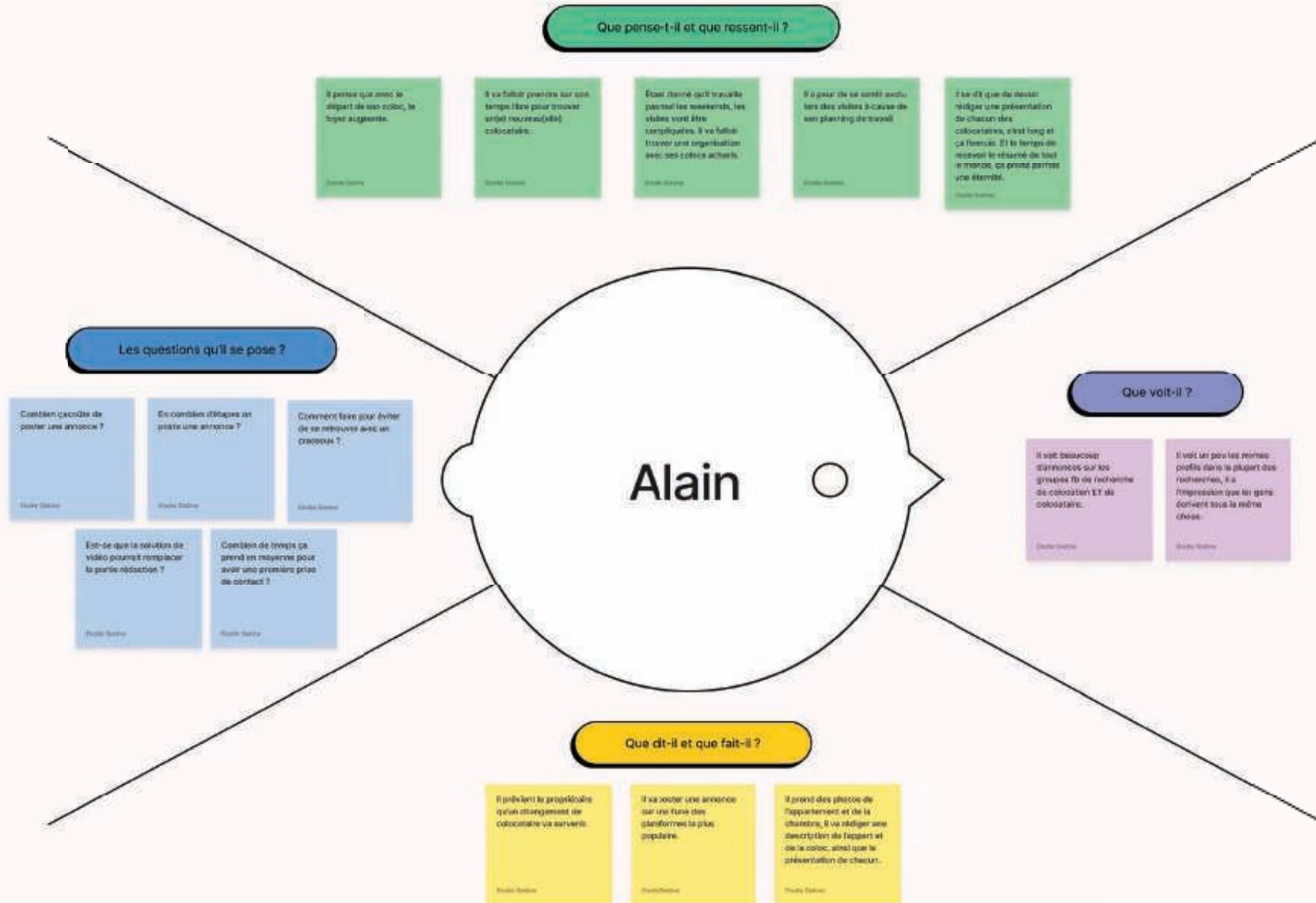
#### BUTS

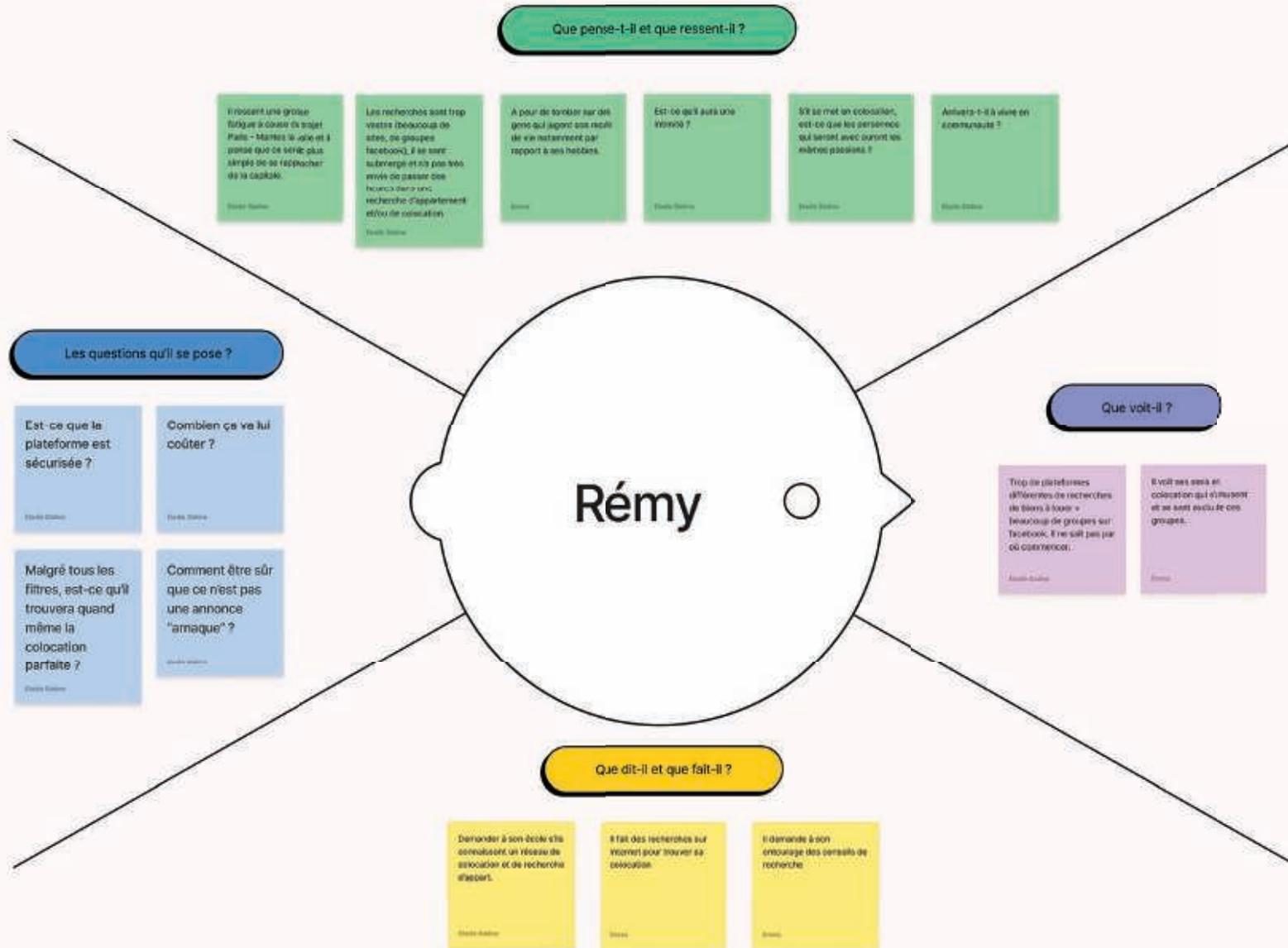
- Trouver un travailler dans le tourisme.
- Trouver un bon colocataire pour remplacer celui qui s'en va, et avec qui il y aura une bonne entente.

DÉMARCHES UX

# B - Empathy map.

Lien : <https://www.figma.com/file/SG9cdCUWsSmPWdYdQPCrJI/UX?node-id=0%3A1>





# C - User journey map.

## User journey d'Alain

### User goal or problem

Qu'est-ce que l'utilisateur essaie d'accomplir ? Quel est le problème à résoudre ?



Alain veut s'inscrire facilement et rapidement pour poser une annonce.

Alain veut commencer à mettre son annonce

Alain a mis son annonce en ligne

### User action

Quelles sont les actions qu'ils mènent actuellement ? Comment s'y prennent-ils ? Quelles informations recherchent-ils ?



Alain entre ses informations personnelles pour commencer son inscription et valider son profil

Alain se retrouve sur la home page

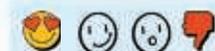
Alain remplit le questionnaire pour mettre son annonce

Alain se rend compte qu'il faut mettre une video pour présenter la colocation

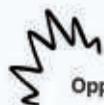
Alain attend les propositions

### Quotes and sentiment

Comment se sent-il en ce moment ?



Drag one of these stickers or write a quote...



### Opportunity

Quelles sont les choses qui pourraient améliorer ce processus ? Ce problème pourrait-il être évité ou résolu ailleurs ?

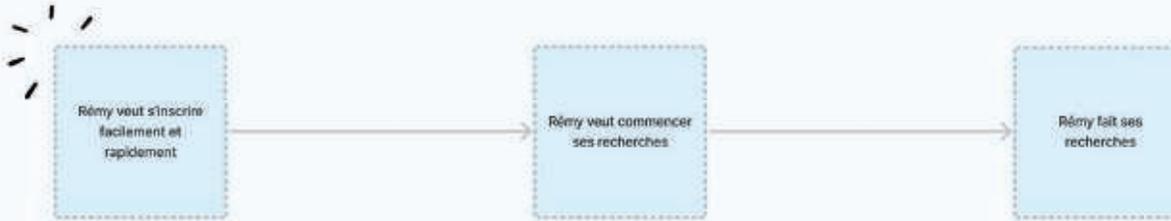
Le questionnaire ne doit pas être trop long mais doit être précis pour bien aiguiller les personnes qui recherchent une colocation

Cette demande peut être surprenante pour l'utilisateur car ce n'est pas une habitude

# User journey de Rémy

## User goal or problem

Qu'est-ce que l'utilisateur essaie d'accomplir ? Quel est le problème à résoudre ?



## User action

Quelles sont les actions qu'ils mènent actuellement ? Comment s'y prennent-ils ? Quelles informations recherchent-ils ?



## Quotes and sentiment

Comment se sent-il en ce moment ?

Drag one of these stickers or write a quote...



## Opportunity

Quelles sont les choses qui pourraient améliorer ce moment ? Ce problème pourrait-il être évité ou résolu ailleurs ?

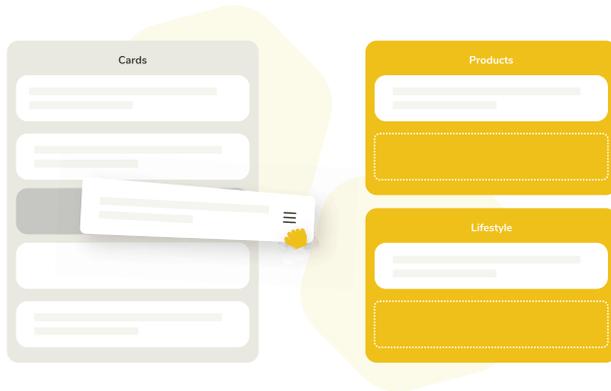


# Phase conception

- 1 - Tri de cartes hybride
- 2 - Arborescence
- 3 - Arborescence

02

## A - Trie de carte **hybride**.



Pour la phase de conception, nous nous sommes penchés sur l'architecture de l'information. Cela nous a permis de proposer une manière dont les informations et les fonctionnalités du site vont être organisées pour qu'elles correspondent à la logique d'utilisation des utilisateurs. C'est pourquoi nous avons opté pour un atelier de tri de cartes hybride.

Cet atelier a été réalisé en présentiel sur la plateforme collaborative Miro. L'atelier a duré environ 2h30 pour l'ex-

plication des consignes, la réalisation du tri de cartes et enfin l'analyse individuelle des tableaux. Il nous a permis d'avoir le point de vue de 10 étudiants de l'ICAN et d'une designer UX. Voici ce que nous avons réalisé pour que les utilisateurs puissent procéder au tri de cartes :

### **Pitch**

Notre solution s'adresse à des étudiants de 18-25 ans nécessitant de trouver une colocation. Beemymate est un service qui propose une plateforme de mise en relation entre les colocataires en se basant sur leurs centres d'intérêts. Contrairement à nos concurrents qui se basent sur le logement et non la personnalité des locataires. Ainsi, notre solution évite les conflits et les tensions entre des colocataires qui ne partageraient ni le même rythme de vie, ni les mêmes centres d'intérêts. Nous pro-

posons en plus de cela, un service de vidéo pour rendre l'annonce plus attractive et établir un premier contact.

### **Consigne**

Comment ça fonctionne :

Voici une liste de cartes et de catégories.

Triez les catégories pour les ranger dans l'ordre qui vous paraît le plus judicieux.

Glissez et déposez les cartes en dessous des catégories auxquelles les cartes s'ajustent le mieux, selon vous. Si vous changez d'avis, n'hésitez pas à déplacer les cartes entre les différentes catégories jusqu'à ce que vous soyez satisfait. De même pour l'ordre des catégories, vous pouvez les déplacer jusqu'à être satisfait. Une fois terminé, merci de nous faire signe. Ceci n'est pas un test d'habileté, il n'y a pas de réponses correctes ou incorrectes.

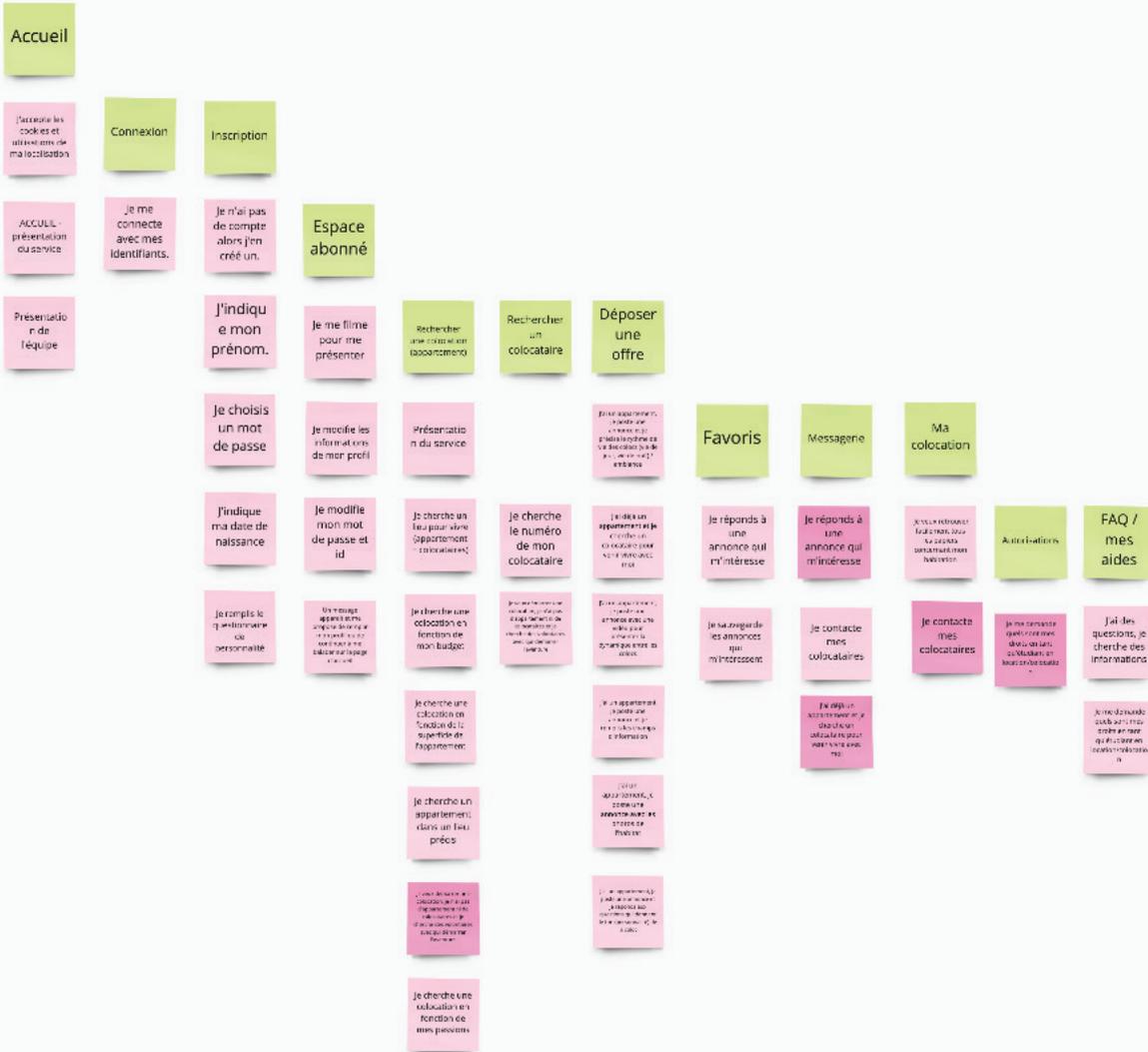




# Plan de travail n°5



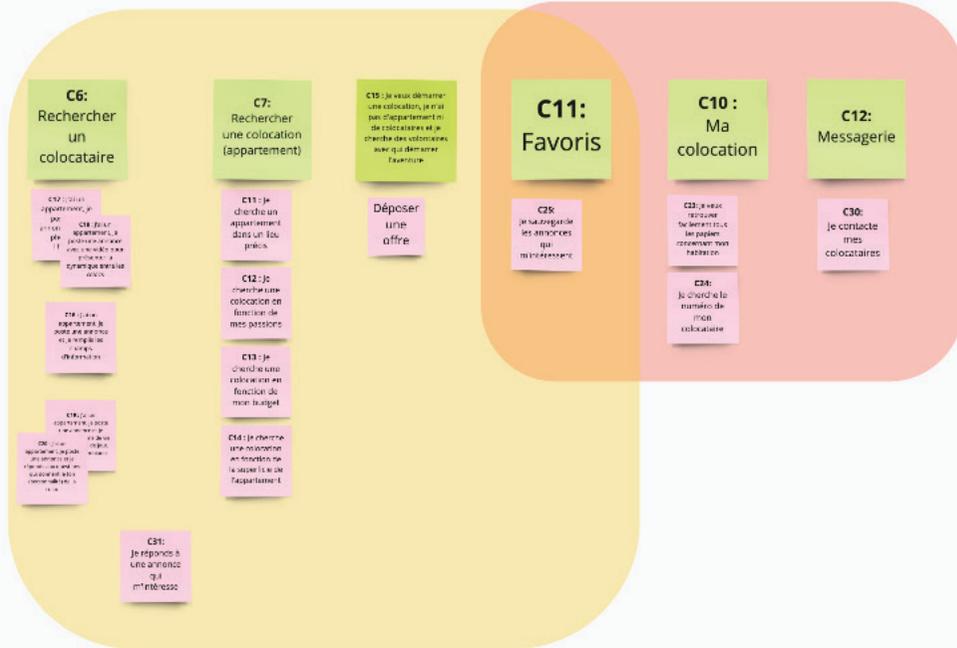
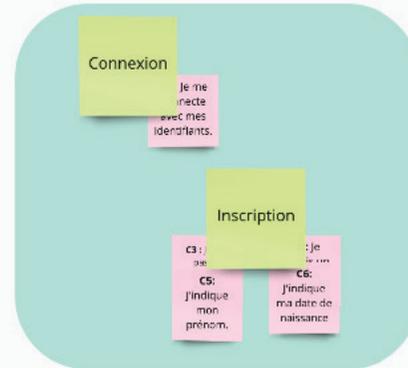
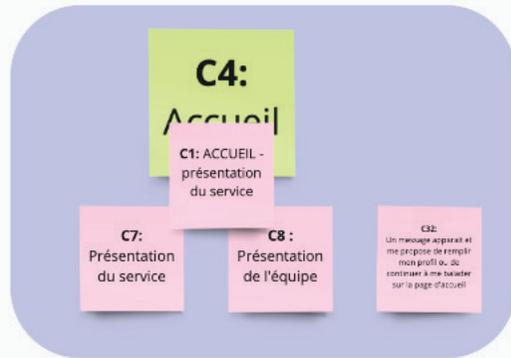
### Plan de travail n°8



### Plan de travail n°6



# Plan de travail n°1

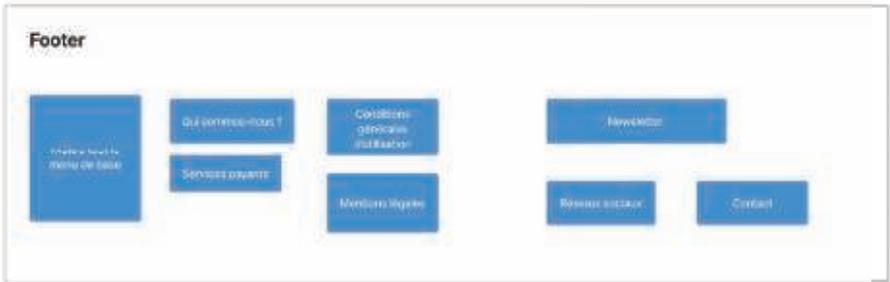
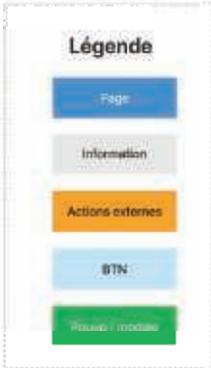
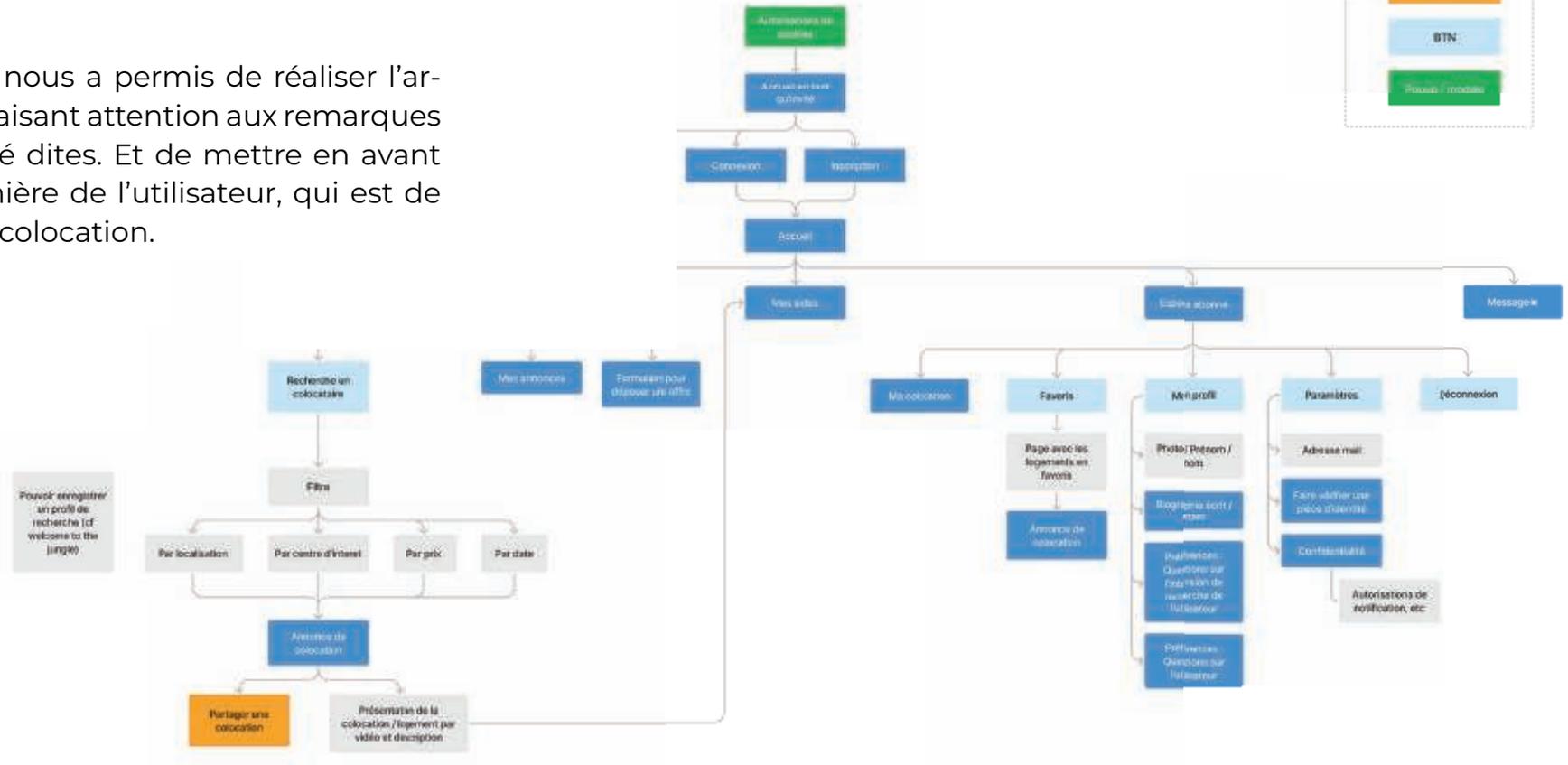


Pour conclure, grâce au tri de cartes, nous avons pu nous rendre compte de comment les utilisateurs réfléchissaient sur une structure organisationnelle. De plus, cela nous a permis de montrer qu'il pouvait y avoir des incohérences sur certaines catégories que nous avions établies.

Notamment, les catégories "recherche un colocataire" et "recherche une colocation", ils n'ont pas vu l'utilité d'avoir deux sections distinctes. Enfin, nous avons eu des remarques sur le naming de nos catégories qui n'étaient pas assez claires et personnalisées.

# B - Arborescence.

Le tri de cartes nous a permis de réaliser l'arborescence en faisant attention aux remarques qui nous ont été dites. Et de mettre en avant l'intention première de l'utilisateur, qui est de rechercher une colocation.



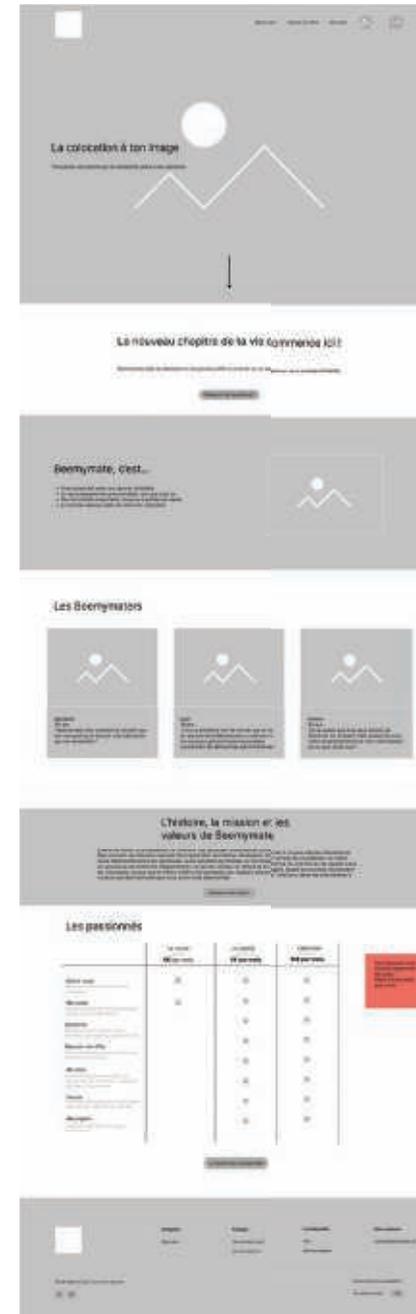
# C - Wireframe.

Le tri de cartes nous a permis de réaliser l'arborescence en faisant attention aux remarques qui nous ont été dites. Et de mettre en avant l'intention première de l'utilisateur, qui est de rechercher une colocation.

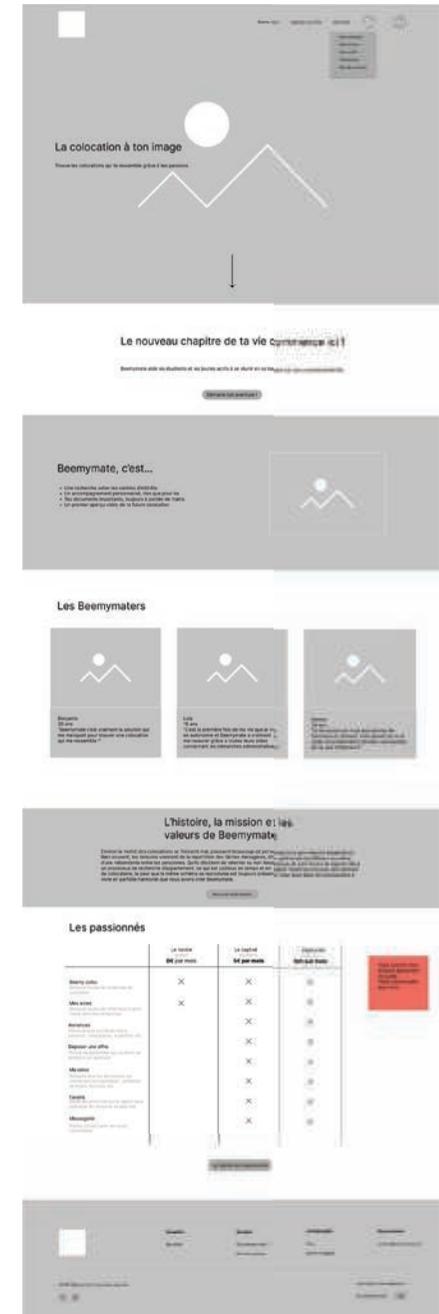
Page d'accueil - invité



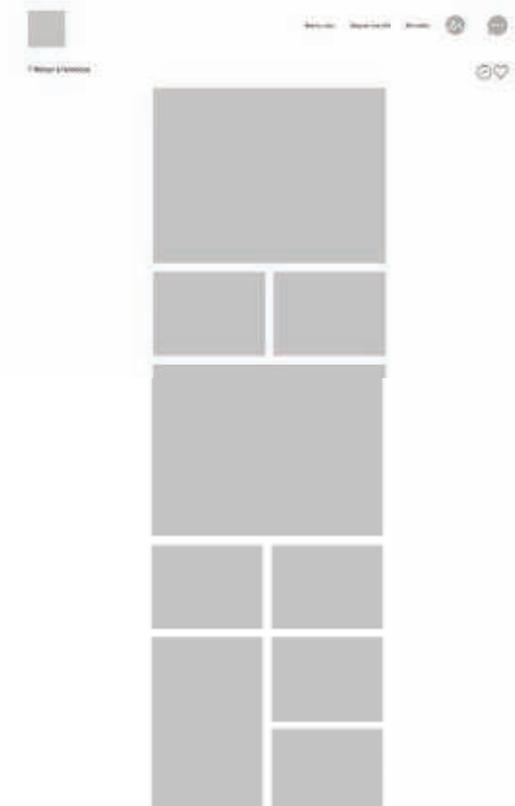
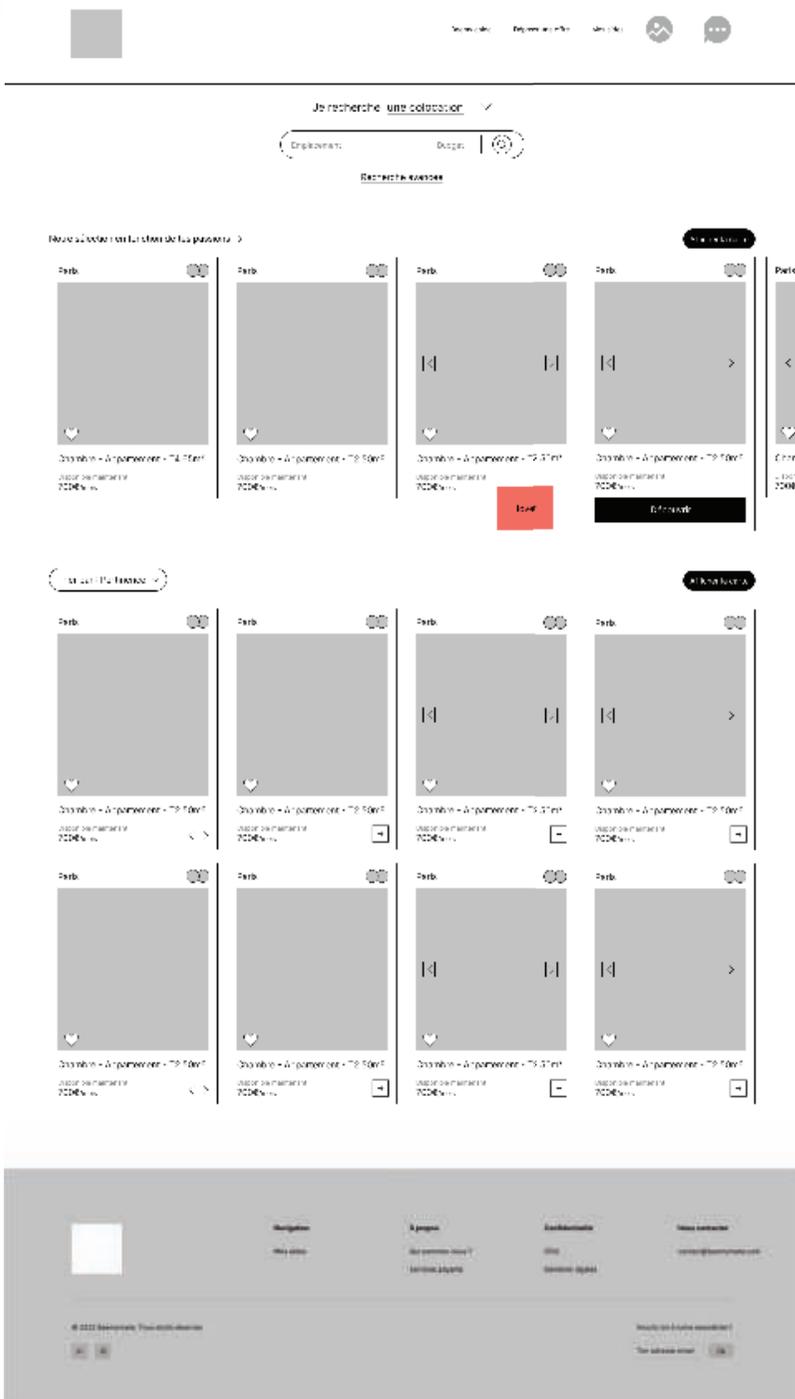
Page d'accueil - connexion



Page d'accueil - connexion - menu déroulé







Questionnaire

Quel type de logement recherchez-vous ?

Appartement  
 Maison  
 Villa  
 Autre

---

Quelle est votre situation ?

Célibataire  
 En couple  
 Familial

---

Quels sont les avantages de votre logement ?

Proximité du centre-ville  
 Proximité des transports  
 Proximité des écoles  
 Proximité des commerces

---

Quels sont les équipements de votre logement ?

Cuisine équipée  
 Salle de bain  
 Chauffage

---

Combien de personnes souhaitez-vous accueillir ?

1 personne  
 2 personnes  
 3 personnes  
 4 personnes

---

Quels sont vos critères de recherche ?

Proximité du centre-ville  
 Proximité des transports  
 Proximité des écoles  
 Proximité des commerces

---

Il est temps de choisir tout les membres de la cible !

Personne  
 Couple  
 Familial

---

Indiquez au moins quelques photos de l'appartement

Télécharger des photos

---

Il vous faut également ajouter une vidéo pour convaincre le locataire de votre offre et rendre son séjour plus agréable

Télécharger une vidéo

---

Publication, les annonces sont en ligne dans les heures !  
Tu peux faire une petite annonce de la voiture pour 1000€ par jour

Financer

Page déposer une offre

Depose ton annonce en 10 étapes simples

Trouve le logement idéal qui te correspond

Deposer

---

Mes annonces

En ligne  
 En attente  
 Révisé

Beemymate

Deposer une offre

Mes annonces

---

# Paramètres

[Informations personnelles](#) | 
 [Connexion et sécurité](#) | 
 [Notifications](#)

---

## Notifications

Gère les notifications que tu recevras sur ton ordinateur

---

## Ma colocation

Vous avez une colocation en cours avec : **Lila Laila**



Création Appartement : 12/05/17  
1000000

### Mes documents

- Quittance de loyer 04/2022 [Télécharger](#)
- Quittance de loyer 03/2022 [Télécharger](#)



## Paramètres

Informations personnelles

Connexion et sécurité

Notifications

### Informations personnelles

Le site de vos renseignements personnels sur Datacontrol.

<b>Nom complet</b> Lila Laila	<a href="#">Modifier</a>
<b>Sexe</b> F	<a href="#">Modifier</a>
<b>Date de naissance</b> 20/04/2000	<a href="#">Modifier</a>
<b>Adresse mail</b> lila.laila@gmail.com	<a href="#">Modifier</a>
<b>Numéro de téléphone</b> +33 6 12 34 56 78	<a href="#">Modifier</a>

## Paramètres

Informations personnelles

Connexion et sécurité

Notifications

### Connexion et sécurité

**Mot de passe**  
Termine votre mot de passe (12 avril 2022)

[Modifier](#)

### Historique de l'appareil

**Windows 10 - Chrome**  
Date de dernière connexion  
Paris, Île-de-France - 12/11/2022 10:17

[Supprimer cet appareil](#)

### Compte

Éditez votre profil

[Ajouter](#)

## Ma colocation

Vous avez une colocation en cours avec : **Lila Laila**

Vous avez des documents à télécharger



## Page contact



## Des questions ?

Tu hésites entre vivre en colocation ou seule ?  
Tu as des questions sur les quittances de loyer ?

## Et si nous en parlons ?

Tu visualiseras ainsi comment Beemymate te soutiendra et t'accompagnera dans tes recherches d'appartement.

Réponds toutes les questions avec le formulaire...  
ou contacte nous par mail ou téléphone.

Au plaisir de changer !

Beemymate

Déposer un avis

A propos



Prénom

Écris ton prénom

Nom

Écris ton nom

Email

m.meme@gmail.com

Message

Écris ton message

Envoyer

## Page favoris



Beemymate

Déposer un avis

A propos



## Favoris



**Logique**  
10/10

**Logique**  
Dernière mise à jour :  
17/06/2024

**Logique**  
10/10  
17/06/2024

**Logique**  
10/10  
17/06/2024

# Phase d'évaluation

1 - Echelle d'utilisabilité

02

DÉMARCHES UX

# A - Echelle d'utilisabilité.

https://beemymate.typedream.app



Ça va déménager !



Ce qu'on propose

Un service innovant te permettant de trouver la colocation parfaite qui te correspond en te basant sur tes critères d'intérêt. Tu pourras réaliser une courte vidéo de présentation pour présenter toi-même à nos futurs colocataires.

Ce projet est en plein essor, de l'ignorer tu aurais Thor !

Nos points forts !

- Compatibilité avec vos passions**  
Tu pourras proposer uniquement des colocations à des passions d'intérêt.
- Présentation sous forme de vidéo**  
Tu pourras présenter toi-même et ta colocation en vidéo.
- Plateforme complète**  
Tu pourras trouver tout ce que tu as besoin pour trouver ta colocation.

Sois le premier à t'inscrire !

Il te reste de places à la colocation.

Je m'inscris

https://beemymate.webflow.io/



La colocation à votre image !

Notre concept : ça va déménager !

«

Beemymate est un service innovant te permettant de trouver la colocation parfaite qui te correspond en te basant sur tes critères d'intérêt. Tu pourras réaliser une courte vidéo de présentation pour présenter toi-même à nos futurs colocataires.

»

Beemymate est un service innovant te permettant de trouver la colocation parfaite qui te correspond en te basant sur tes critères d'intérêt.

Je m'inscris

Ce projet est en plein essor, de l'ignorer tu aurais tort !

Nos atouts



Présentation sous forme de vidéo

Tu pourras présenter toi-même et ta colocation en vidéo.



Compatibilité avec vos passions

Tu pourras proposer uniquement des colocations à des passions d'intérêt.



Plateforme complète pour t'accompagner

Tu pourras trouver tout ce que tu as besoin pour trouver ta colocation.

Sois le premier à t'inscrire !

Il te reste de places à la colocation.

Je m'inscris



Qu'est-ce que tu recherches ?

Rechercher

Rechercher



Qu'est-ce que tu recherches ?

Rechercher

Rechercher

# Vision graphique

03



mique, design et attrayante, le tout en créant une atmosphère fiable, sécurisée et bienveillante qui saura rassurer l'ensemble de nos utilisateurs.

Dans notre stratégie de communication, nous souhaitons amener l'idée que la vie en colocation peut se dérouler très bien si les colocataires ont des centres d'intérêts communs. C'est ainsi qu'est née l'idée de la métaphore avec l'abeille "Bee" car elles cohabitent toutes ensemble dans la ruche et ont par ailleurs des missions et des tâches à effectuer pour assurer la survie de la ruche.

Nous avons choisi de partir sur des inspirations colorées avec des couleurs printanières pour contraster avec la majorité des sites sur logements qui sont souvent ternes ou avec des couleurs trop dépasser. On souhaite également retrouver dans l'aspect graphique des formes arrondies comme pour rappeler le corps de l'abeille ou encore évoquer le côté cocooning et bien être qu'on souhaite retrouver chez soi.

## Réflexion générale

Nous avons conçu notre identité graphique en prenant en compte qu'il s'agit d'un service qui cible les étudiants et les jeunes actifs (18- 28 ans environ) souhaitant trouver la colocation de leur rêve afin de pouvoir vivre et cohabiter avec d'autres jeunes qui

partagent les mêmes centres d'intérêts, mais également pour réduire les coûts de la vie quotidienne (logement, charge, électricité etc).

Nous sommes conscients que notre sujet peut s'avérer complexe pour certains de savoir comment allier centres d'intérêts et recherche de colocation. Il est donc important pour nous de créer une interface qui soit fluide, ergono-

# Moodboard

03

# the good ritual

## the good ritual.

# g.

THE GOOD RITUAL  
GOOD  
RITUAL

“Our vision is to empower busy women by providing convenient products that come with added health benefits.”

“Our vision is to empower busy women by providing a convenient product that comes with added health benefits.”

We are launching with an instant, functional coffee that enhances our customer's everyday life. It's cafe quality, in a convenient packet. We've supplemented the coffee with L-theanine, which is an all-natural nootropic that improves cognitive function, reduces mental fatigue, and reduces stress. As we expand our product line, all of our offerings will be supplemented with all-natural ingredients that enhance health.

# komama

## freshly squeezed just for you.

- GRAPEFRUIT
- LYCHEE
- TANGERINE
- LEMON
- ALGAE
- SPINACH

## the freshest fruit to your doorstep.



## Laundry Services

- Wash & Fold**  
Dry clean wash, wash, fold, and pack in bags. \$10.
- Pressing**  
Dry clean wash, press, and pack in bags. \$15.
- Ironing**  
Dry clean wash, iron, and pack in bags. \$10.
- Dry Cleaning**  
Dry clean wash, pack in bags. \$10.
- Alterations**  
Dry clean wash, pack in bags. \$10.

Call Us  
+1 234 576 8975

### The Easiest Way to Do Your Laundry

1. You Schedule
2. We Pick Up
3. We Drop Off
4. We Drop Off

SCHEDULE & PICK UP

10% Off Your Order

### Satisfaction Guaranteed

- Timely Turnaround**  
Dry clean service, wash, and pack in bags. \$10.
- Low Prices, High Quality**  
Dry clean service, wash, and pack in bags. \$10.
- Money Back Guarantee**  
Dry clean service, wash, and pack in bags. \$10.

# GINGER Bakery

### Concept

Many bakery stores can be very similar from each other. Past colors, being images of water, sugar, and any more elements that make us feel like we are all grown-up and busy women. But we are not, and sometimes, you need to be embraced by energy, joy, and real life. That's why when my client asked me to design her brand, I wanted to be what I needed. "Really, it's about the way things are and how again and enjoying different meals" and also the one from "Our Mission: We provide everyone who is already busy" but we need to go for a very simple, elegant and modern identity where the most important element is to be a cake to be delicious and beautiful. That's how I gave place to a new kind of bakery, Ginger Bakery.

### Colors

- Blue
  - Red
  - Yellow
- Blue: #4A86E8  
Red: #E53935  
Yellow: #F1C40F

### Naming

The name of the bakery is a metaphor for the way Ginger Bakery works.

## GINGER Bakery

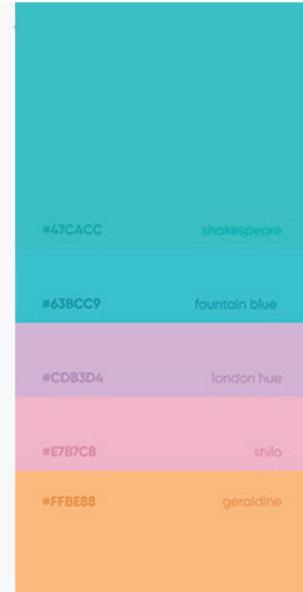
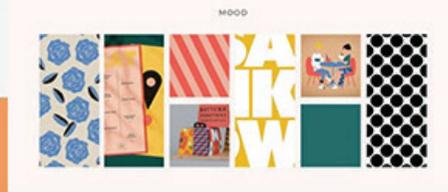
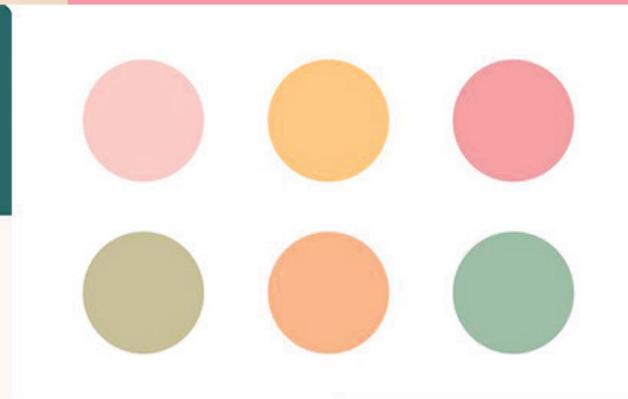
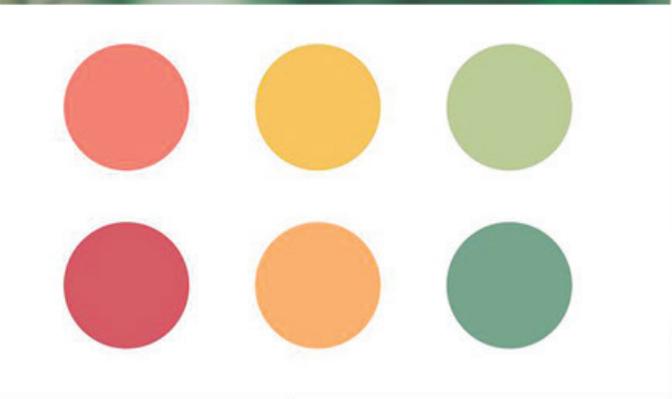
## GINGER Bakery



HOME



### WHO AM I?



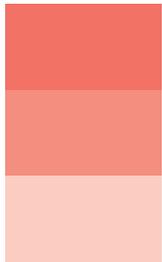
# Charte Graphique

1 - Palette de couleur  
2 - Typographie

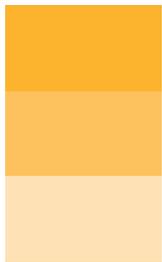
# 03

IDENTITÉ VISUELLE

# A - Palette de couleur.



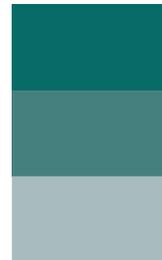
Rose  
#ed6d62  
RVB 237 / 109 / 98  
CMYK 0 / 69 / 55 / 0



Jaune  
#fab512  
RVB 250 / 181 / 17  
CMYN 0 / 33 / 93 / 0



Turquoise  
#01a6a1  
RVB 0 / 166 / 161  
CMYK 77 / 8 / 42 / 0



Vert  
#016966  
RVB 0 / 104 / 102  
CMYK 87 / 34 / 53 / 26

# B - Typographie.

- **FREDOKA**

La police Fredoka est réservée à la signature de Beemymate et peut être aussi utilisée pour les deuxièmes niveaux de titrage.

Aa

Glyph

**A B C D E F G H I J K L M**

**N O P Q R S T U V W X Y Z**

a b c d e f g h i j k l m

n o p q r s t u v w x y z

Symbole

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ #

\$ % ^ & \* ( ) - \_ = + , >

- **MANROPE**

La police Manrope regular est réservée au texte courant. Pour les titres et aux phrases courtes. Elle ne s'utilise jamais en majuscule, ni sur des textes longs.

Aa

Glyph	:	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>G</b>	<b>H</b>	<b>I</b>	<b>J</b>	<b>K</b>	<b>L</b>	<b>M</b>
		<b>N</b>	<b>O</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>T</b>	<b>U</b>	<b>V</b>	<b>W</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>Z</b>
		a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
		n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
Symbole	:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	~	!	@	#
		\$	%	^	&	*	(	)	-	_	=	+	,	>

# Logo

- 1 - Logo
- 2 - Logo déclinaison
- 3 - Logo limitations
- 4 - Logo filaire et couleurs

03

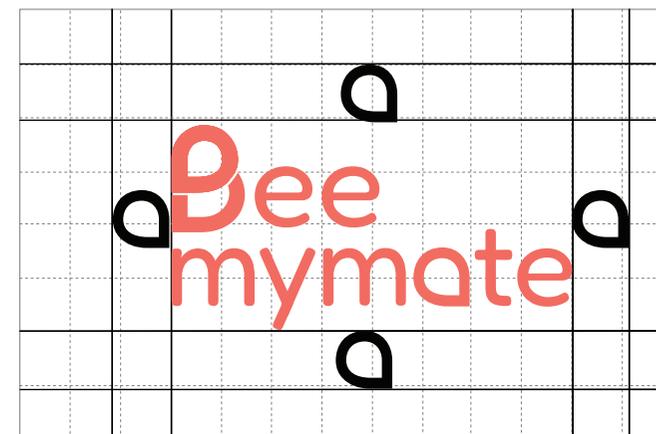
IDENTITÉ VISUELLE

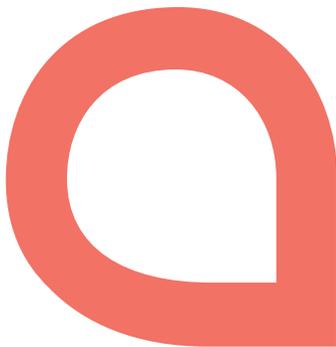
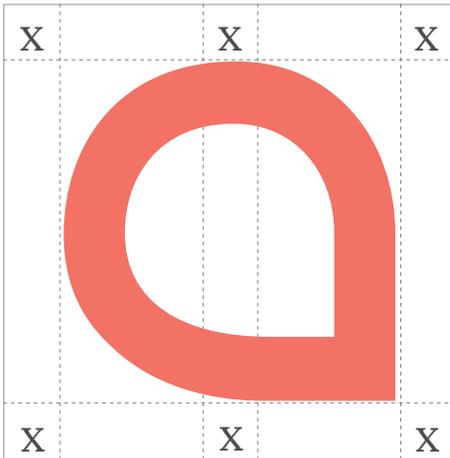
# A - Logo.

Le logo de Beemymate communique sur le côté humain de la colocation en créant des liens tout en symbolisant l'histoire de la marque autour du partage, communauté, ensemble... Les directives relatives à l'utilisation du logo sont destinées à permettre une utilisation cohérente, ce qui peut aider le logo à construire une équité et une reconnaissance au fil du temps..

## Zone de protection

Notre logo est entouré d'une zone de protection, afin de le mettre en évidence et d'éviter toute interférence. Aucun texte ou élément graphique ne peut apparaître dans cette zone.





## Couleur

Notre nuancier se compose d'un ensemble de couleurs déclinées en 4 teintes. Ceci permet de faire des assemblages.

Les couleurs sont harmonisées entre elles et sont une part intégrante de notre identité. C'est pourquoi il est important d'y rester fidèle.

Important : nous n'utilisons jamais le logo en noir dans nos communications.

## Filigrame

Beemymate est une marque déposée et ne doit pas être modifié de quelque manière que ce soit. Il doit toujours être utilisé sous sa forme standardisée.

IDENTITÉ VISUELLE

# B - Logo déclinaison.

Bee  
mymate



IDENTITÉ VISUELLE

# C - Logo limitations.



NE PAS placer le logo  
sur une couleur vert foncé.



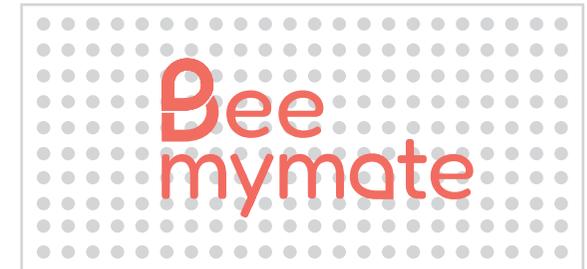
NE PAS changer  
la couleur du logo.



NE PAS placer le logo  
au dessus d'une image.



NE PAS faire pivoter le logo et  
réorganiser les éléments du logo.



NE PAS placer le logo sur un  
texture de fond chargée



NE PAS faire pivoter le logo et  
réorganiser les éléments du logo.

## IDENTITÉ VISUELLE

# D - Logo filaire et couleurs.

Le logo en version filaire peut être utilisé sur un fond coloré logo version blanc. Sur un fond blanc toujours utilisé le rose de Beemymate. Sur un fond de couleur Beemymate doit être toujours en blanc.

Nous vous conseillons d'éviter les mélanges de couleurs pour une question de lisibilité et d'harmonie.



# Mise en situation

03



Bee  
mymate

Bee  
mymate

Bee  
mymate

# Iconographie

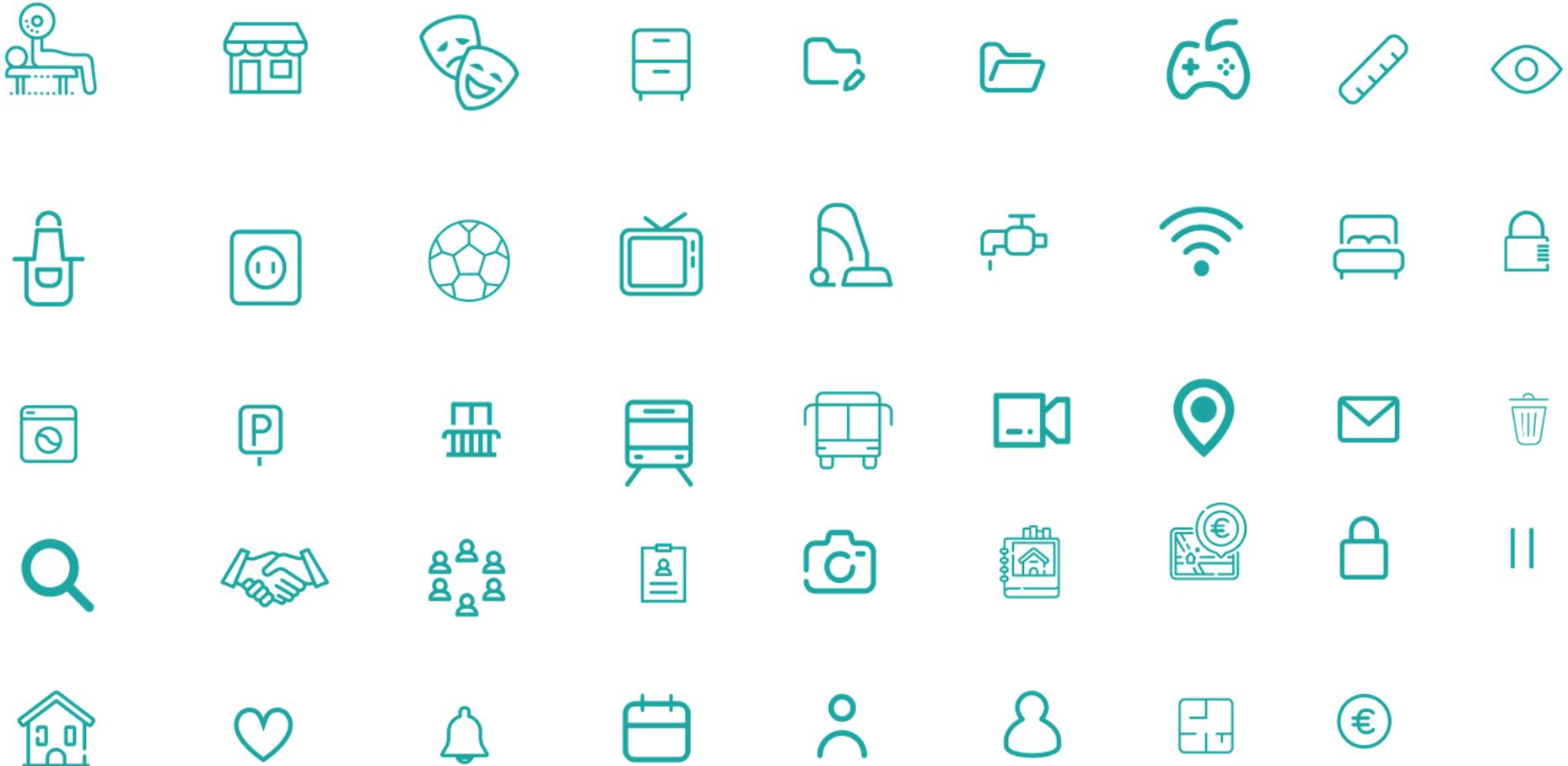
Le système visuel définit les actifs  
uniques et exclusifs qui donnent vie à la  
plate-forme de la marque.

## 03

IDENTITÉ VISUELLE

# A - Iconographie.

Ce sont nos icônes de dessin au trait. Elles sont familières, simples et amicales, tout comme nous.



# Design systems

03



Primaire  
Corail



Opacité 100 #ED6D62



Opacité 50 #ED6D62



Opacité 25 #ED6D62

Secondaire  
Moutarde



Opacité 100 #FAB512



Opacité 50 #FAB512



Opacité 25 #FAB512

Secondaire  
Turquoise



Opacité 100 #01A6A1



Opacité 50 #01A6A1



Opacité 25 #01A6A1

Secondaire  
Sapin



Opacité 100 #016966



Opacité 50 #016966



Opacité 25 #016966

Shadow



Opx 10px 40px rgba(0, 0, 0, 0.08)

Font couleur



Opacité 100 #000000



Opacité 100 #707070



Opacité 100 #FFFFFF

BEEMYMATE FONT SYSTEM  
TYPOGRAPHIES DESKTOP



Boutons PRIMAIRES

Normal

Survol





# Maquette

03

**La colocation à votre image !**  
Trouvez votre colocation qui correspond à votre personnalité.

Beemymate, c'est...

- Immobilier
- Service
- La Vie
- Le Bien-être

**L'HISTOIRE, LA MISSION ET LES VALEURS DE BEEMYMATE**

LE NOUVEAU CHARTRE DE TA VIE COMMERCIALE !

**LES BEEMYMATEURS**

- Alain**
- Maria**
- Stéphane**

**Les passionnés CHOISIS TON PLAN EN FONCTION DE TES ENVIES !**

- Le novice** (0€)
- Le captif** (5€)
- Le spécialiste** (10€)

Footer with contact information and social media links.

**La colocation à votre image !**

Notre sélection en fonction de tes passions

- Chambre 16 M²
- Chambre 16 M²
- Chambre 17 M²
- Chambre 16 M²
- Chambre 16 M²
- Chambre 16 M²
- Chambre 17 M²
- Chambre 16 M²

Footer with contact information and social media links.

200 Mille idées de colocation

- Chambre 16 M²
- Chambre 16 M²
- Chambre 17 M²
- Chambre 16 M²

Footer with contact information and social media links.

**Chambre - Appartement 74.05m² - Paris 12**

Map showing location in Paris 12.

**À savoir**

- Meublé
- Commune organisée
- Éclairage en commun

Les passionnés en fonction de tes envies

- Chambre 16 M²
- Chambre 16 M²
- Chambre 17 M²
- Chambre 16 M²

Footer with contact information and social media links.

**Ton bien-être c'est notre priorité**

Nos missions sont...

- Service
- Le Bien-être
- Immobilier

**L'HISTOIRE DE BEEMYMATE**

**NOS BEEMYMATEURS**

- Maria
- Stéphane
- Alain

Les passionnés en fonction de tes envies

- Chambre 16 M²
- Chambre 16 M²

Footer with contact information and social media links.



**Notre FAQ!**

Qu'est-ce qu'un dépôt de garantie / caution?

À-t-on besoin de sécurité pour voir les logements?

Qu'est-ce qu'un dépôt de garantie / caution?

Colocation : qu'est-ce que c'est ?

Une colocation est la location par plusieurs locataires (colocataires) d'un même logement divisé en plusieurs unités principales. Elle peut prendre la forme d'un bail unique signé par les tous colocataires, ou d'autant de contrats de location qu'il y a de colocataires (un bail par colocataire). Dans les 2 cas, la colocation obéit à des règles spécifiques.

À savoir : La location d'un logement par un seul couple passe au moment de la signature du bail ou par un seul couple, même s'il s'agit d'une colocation.

Qu'est-ce qu'un dépôt de garantie / caution?

Qu'est-ce qu'un dépôt de garantie / caution?

[Voir plus de questions](#)

**Les aides auxquelles tu peux prétendre !**

Beemymate simplifie les démarches : nous informons par toutes les aides auxquelles tu es éligible et guides actifs en collaboration de la loi et les recherches.

Colocation : qu'est-ce que c'est ?

Qu'est-ce qu'un dépôt de garantie / caution ?

Il s'agit du montant versé par le propriétaire pour couvrir d'éventuels manquements de l'occupant d'un logement (loyer, taxes ou charges impôts, réduction des dépenses relatives...). Le montant du dépôt de garantie, son versement et sa restitution sont encadrés par la loi.

À savoir : Il est possible que la caution d'un logement te coûte plus cher qu'un logement non meublé.

Aide personnalisée au logement (APL)

Un étudiant peut-il toucher une aide au logement (APL, ALS, ALF) ?

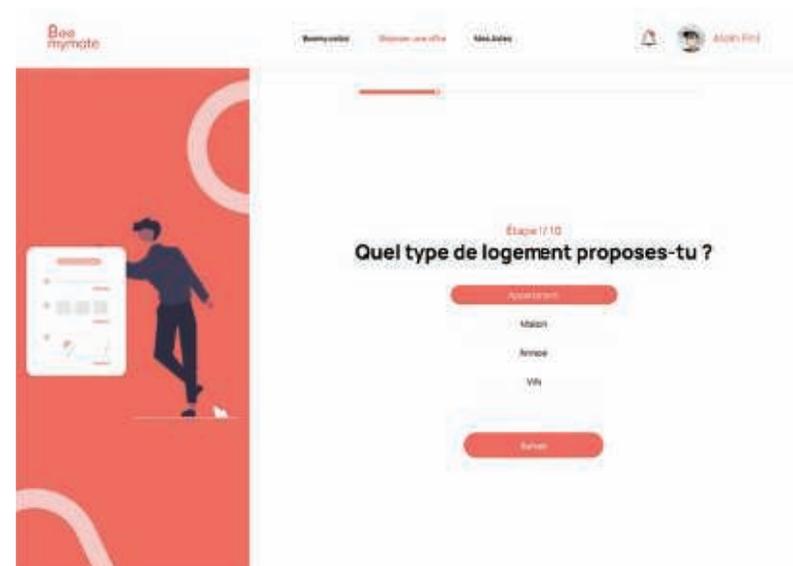
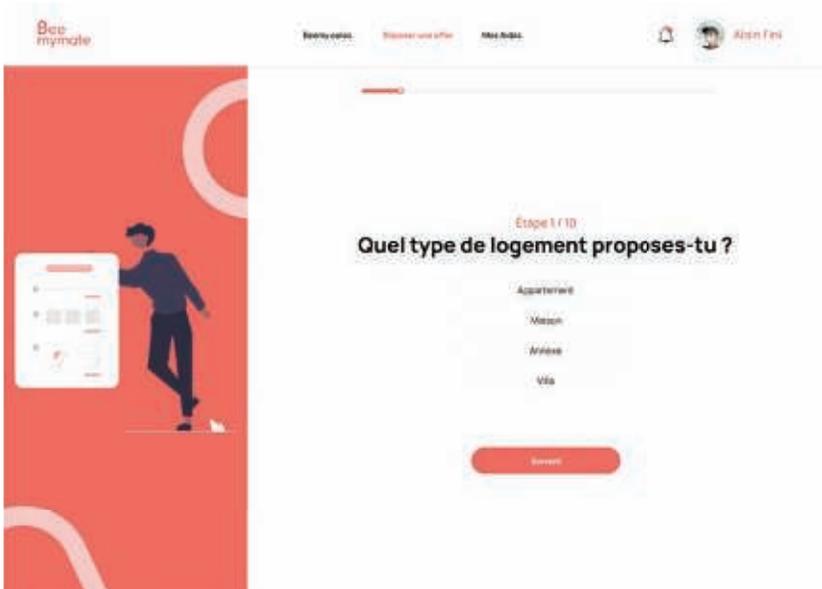
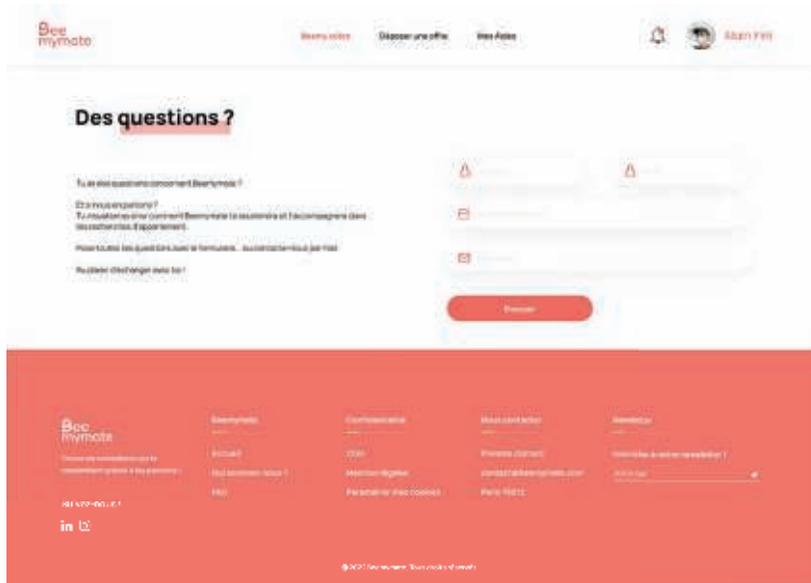
Colocation et aide sociale habitative

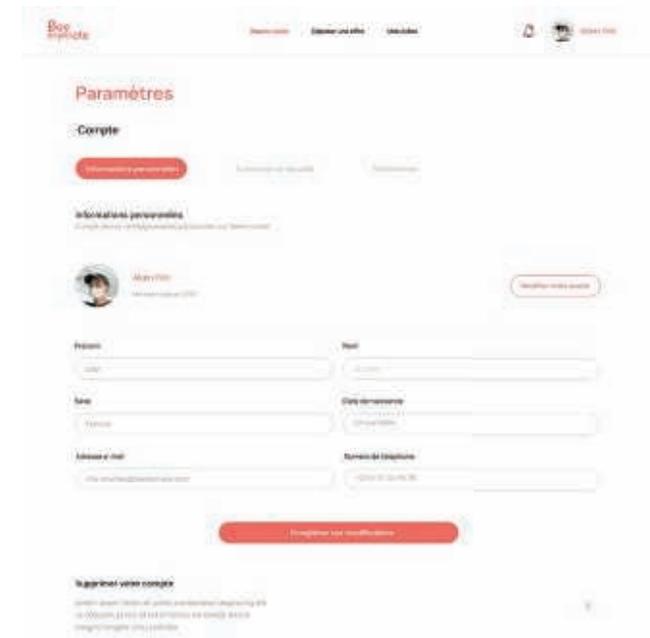
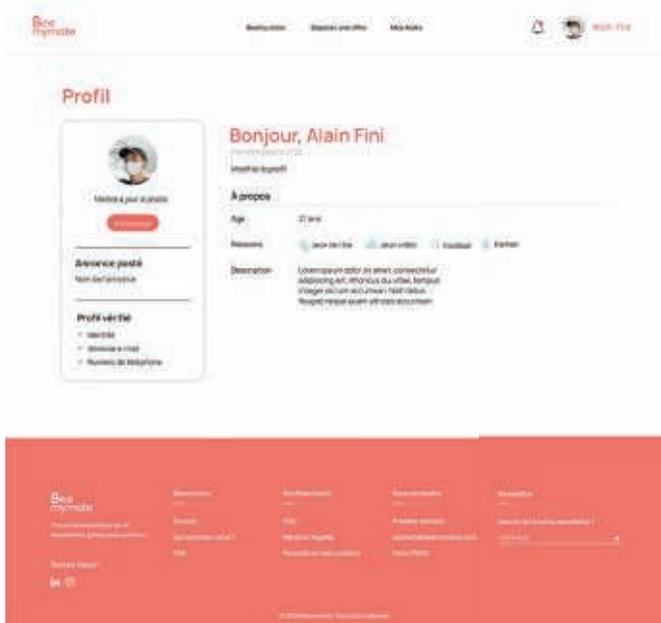
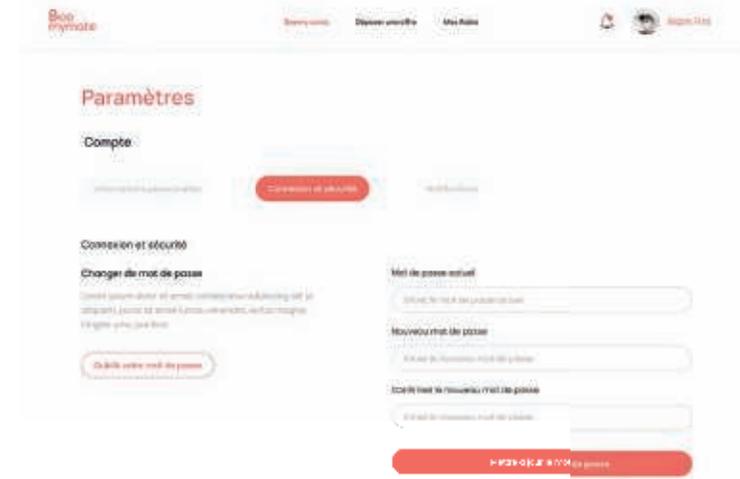
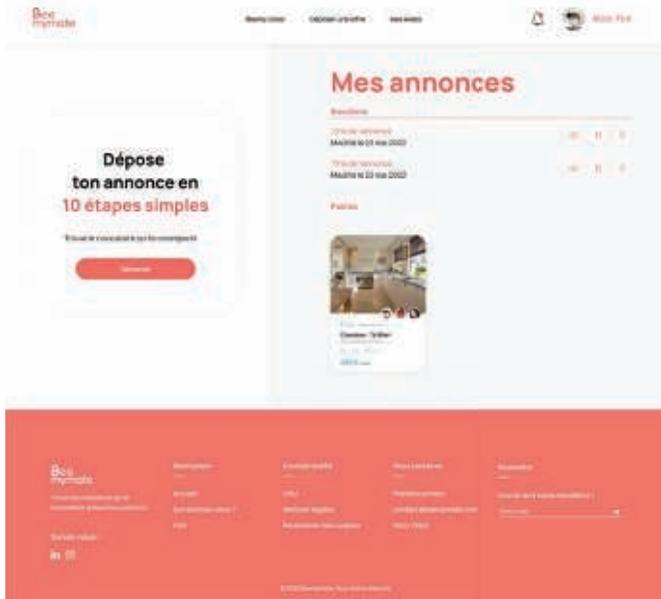
Impôts locaux : qui paye la taxe d'habitation entre concubins ou un colocataire ?

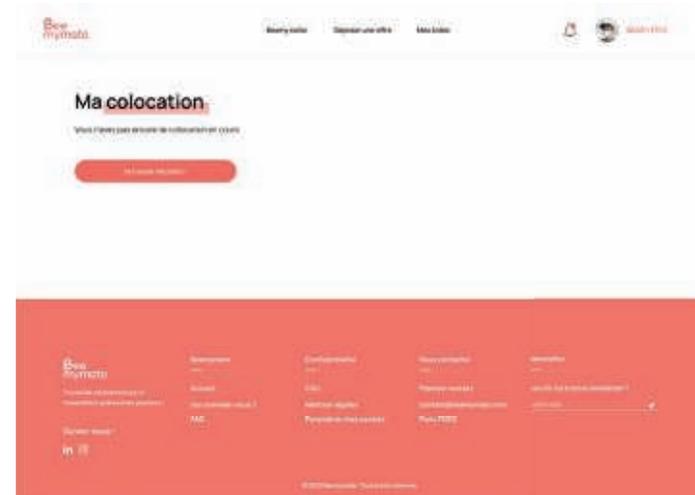
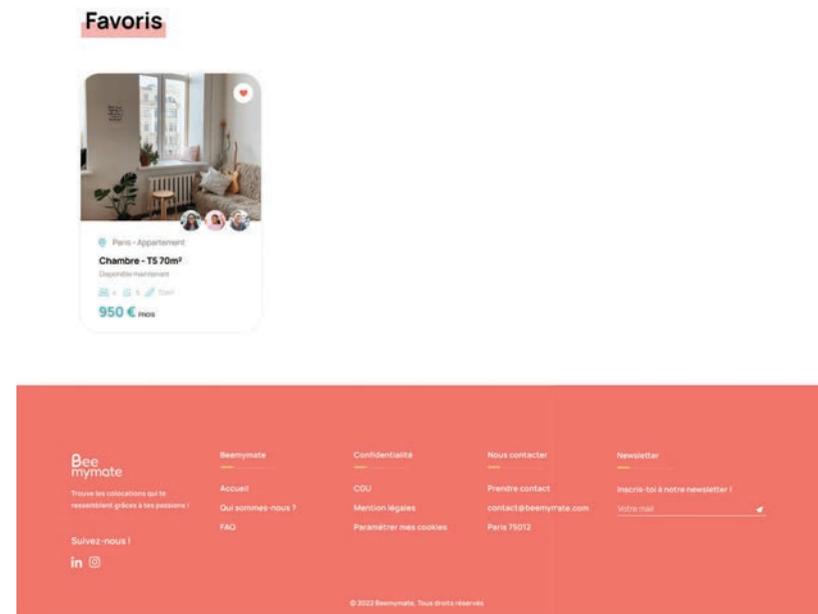
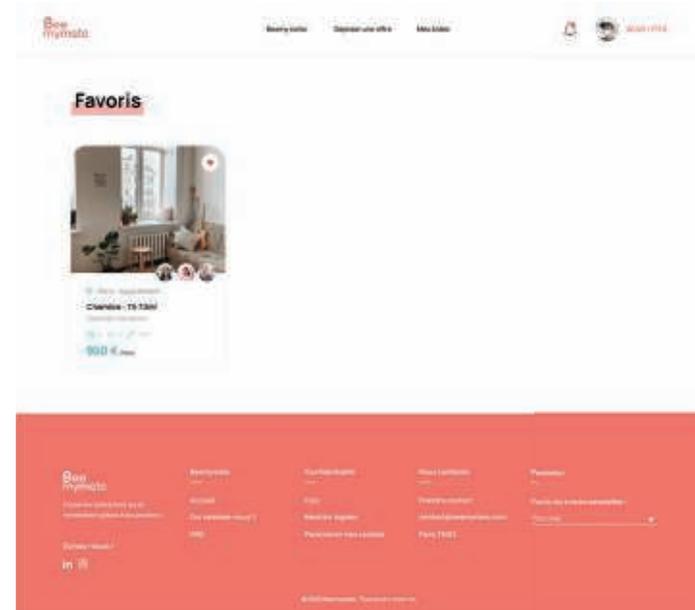
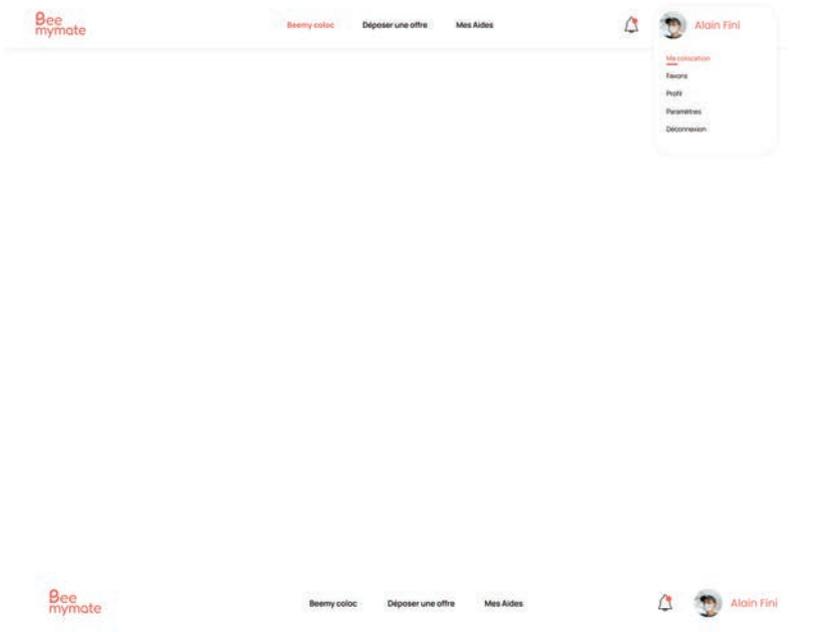
Étudiants : est-il possible de sous-louer son logement pendant les vacances ?

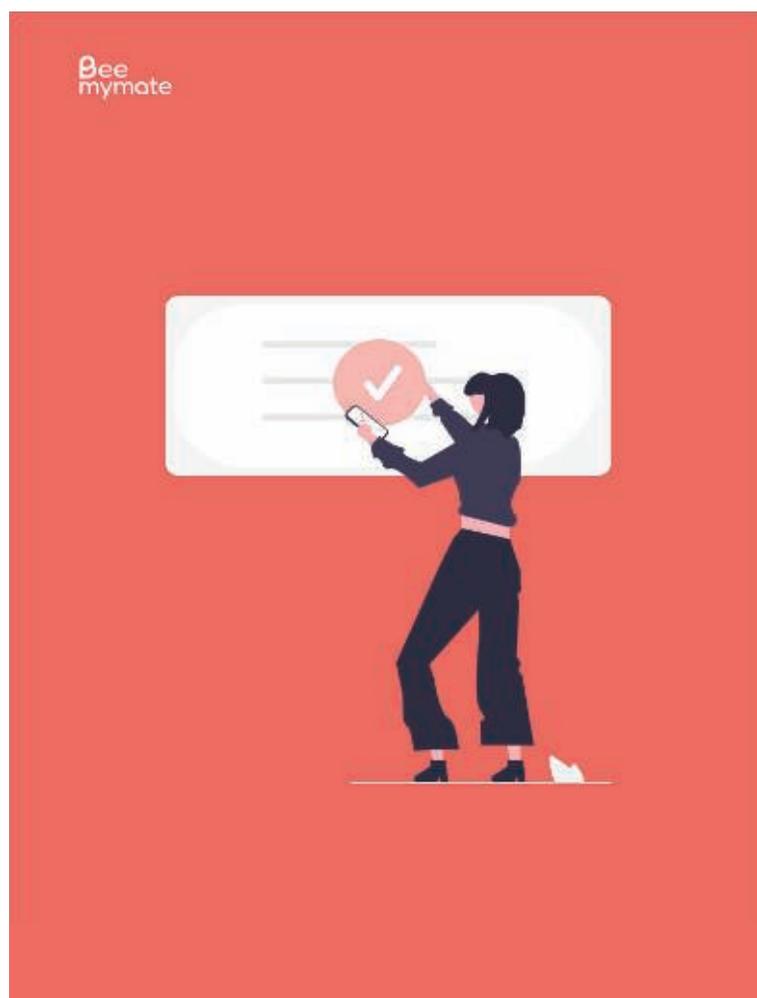
[Voir plus de questions](#)











## Excellente décision et bienvenue dans cette nouvelle aventure !

Crée ton compte afin d'accéder aux nombreuses offres de logement et trouve ta citation idéale.

G+

f

In

ou inscris-toi avec une adresse email :



Nom



Prénom



Date de naissance



Adresse e-mail

Une fois de confirmation votre adresse e-mail sera vérifiée et vous recevrez un e-mail de confirmation.



Mot de passe

J'accepte les conditions d'utilisation de Beemymate

J'accepte les valeurs de Beemymate (respect, bien-être, honnêteté, solidarité, confiance, partage)

J'accepte le charte de constitution de Beemymate

Je m'inscris

[J'ai déjà un compte](#) | [Me connecter](#)

**Bee  
mymate**

**Ravis de te revoir !**

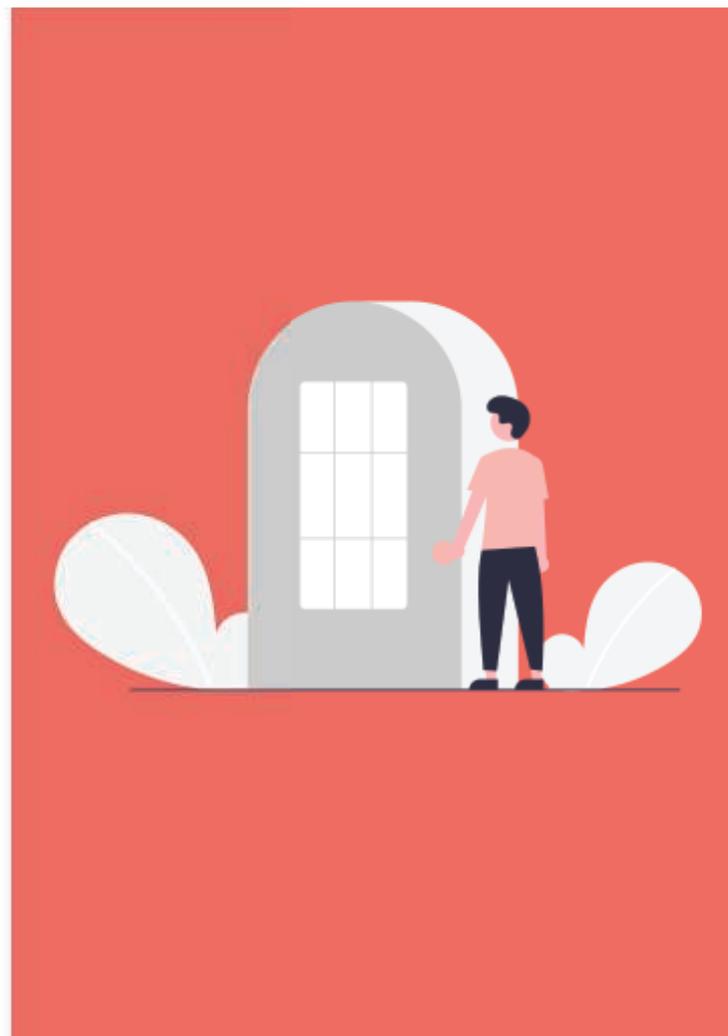
[G+](#) [f](#) [In](#)

Ou connecte-toi avec une adresse email :

**Je me connecte**

[Tu as oublié ton mot de passe ?](#)

[Je n'ai pas de compte ! M'inscrire](#)



# Développement

- 1 - Choix du code et des langages
- 3 - ChatBox
- 4 - Résultat

04

## A - Choix du code et des langages.

Pour notre site, nous avons fait le choix de le développer en Symfony 6, un framework PHP. Ce langage permet d'avoir des bases de données avec des configurations simples et rapidement ainsi qu'un aspect sécurisé pour les comptes des utilisateurs. De plus, l'architecture modulaire de Symfony permet d'agrandir et de modifier notre site plus facilement.

En plus de Symfony, nous avons utilisé du Sass pour automatiser le style, ce qui permet de faire des modifications plus rapidement grâce aux variables et aux divers dossiers. Pour avoir du contenu animé, dynamique et des effets, nous avons rajouté du JavaScript.

### Difficultés techniques

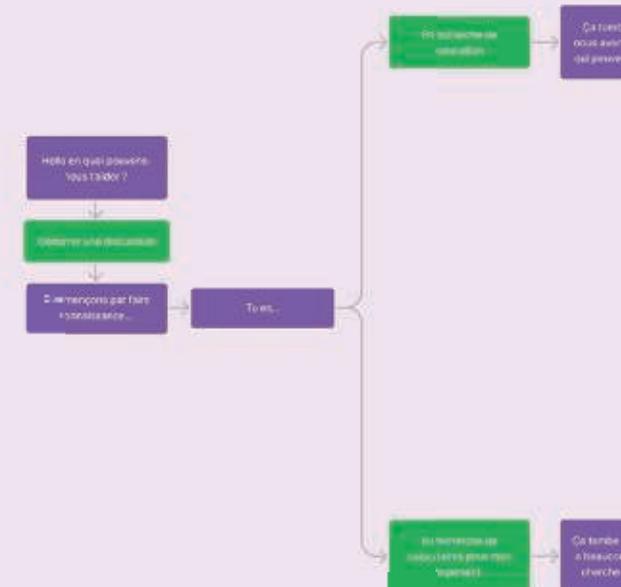
Ayant un site assez conséquent à coder, j'ai décidé de le développer en itérations, j'ai commencé par faire une première version simple et statique pour assurer un site fonctionnelle. Puis j'ai développé une seconde itération avec les inscriptions et connexions. Les itérations me permettent d'avoir un site qui évolue au fur et à mesure.

Les étapes les plus complexes dans ce projet, sont principalement celle liée à la base de données et aux paramétrages des tables pour les logements. La seconde difficulté, bien que plus simple, a été la création de la phase d'inscription et de connexion avec la sécurité qui s'y accompagne.

# B - ChatBot.

Pour notre chatBot, nous avons fait le choix de l'utiliser pour aider les utilisateurs et les guider dans leurs recherches de colocation. L'utilisateur peut nous poser des questions soit déjà écrite par nos soins, soit nous les rédiger directement, il peut également être redirigé vers nos pages web. Enfin, si l'utilisateur ne trouve toujours pas les réponses qu'ils souhaitent, il pourra discuter en directe avec l'une de nous ou bien programmer un rendez-vous si personne est disponible à l'instant.

Nous avons établi des parcours de questions assez larges afin que l'utilisateur puisse trouver ce qu'il souhaite avec le Chatbot.



le bon paine car  
le pain d'années  
et le correspond

Et la recherche...

est de la recherche ?

Je peux te renseigner sur

en participant à un  
forum

Avec Barmy mais, tu vas pouvoir...  
• Chercher la colocation en fonction de tes  
possibilités et d'autres critères pour éviter les  
mauvaises surprises  
• Regarder les vidéos d'annonces pour le trouver  
plus facilement dans la possibilité de location  
• Garder un suivi des pages de la colocation

Tu veux tenter l'expérience ?

OUI

N'hésite pas à t'inscrire ?

+ mettre le lien d'inscription

IL M'ARRIVE DES PROBLÈMES

Je peux te renseigner sur

comment accéder aux  
documents de logement ?

Pour accéder aux annonces, il te faudra souscrire à  
un abonnement. Mais ne t'en fais pas, si tu es  
étudiant, il y a un tarif pour toi !

+ mettre le lien page  
"tarifs"

mes aides pour une  
colocation

Selon ta situation, tu pourras bénéficier à  
différentes aides afin de t'aider à payer tonoyer.  
Si tu veux en savoir plus, tu trouveras toutes les  
informations sur la page "Mes aides"

+ mettre le lien page  
"mes aides"

abonnement

Tu es le choix entre 3 types d'abonnement

poser une question ?

poser la question  
manuellement

le bon paine qu'il y  
a le monde qui  
une colocation

Et la recherche...

est de la recherche ?

Je peux te renseigner sur

comment accéder aux  
annonces ?

Pour accéder aux annonces, il te suffit de te rendre  
en abonnement en cliquant sur "s'inscrire" et de  
compléter le formulaire puis de décider le bien.

Tu veux tenter l'expérience ?

OUI

N'hésite pas à t'inscrire ?

+ mettre le lien d'inscription

IL M'ARRIVE DES PROBLÈMES

Je peux te renseigner sur

abonnement

Tu es le choix entre 3 types d'abonnement

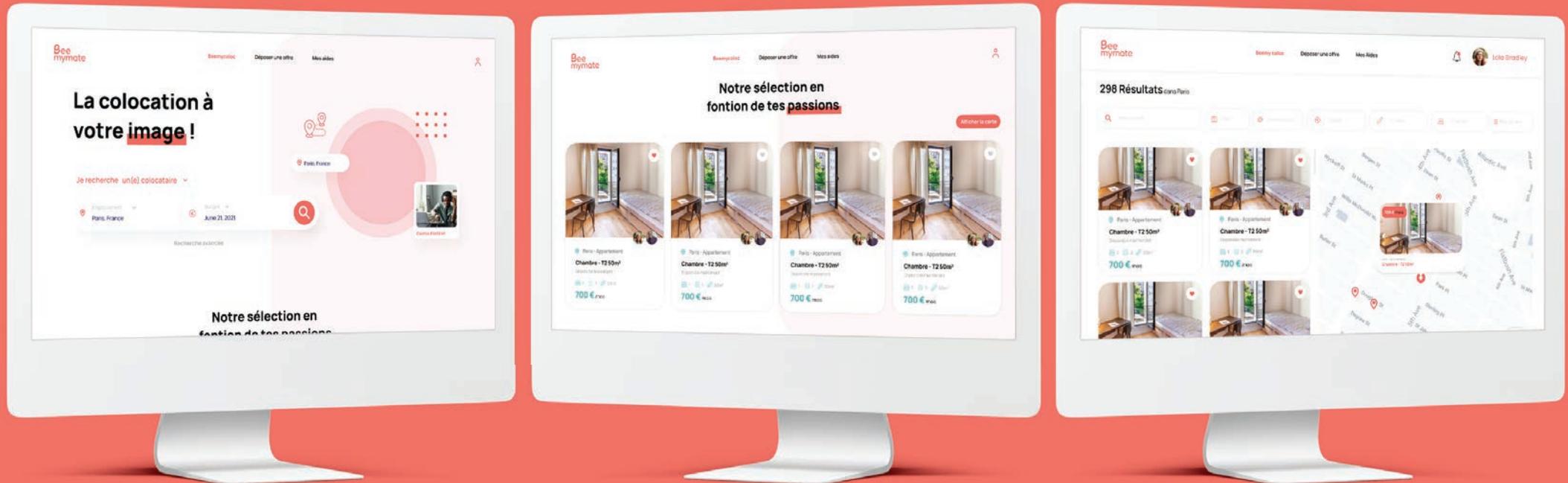
poser une question ?

poser la question  
manuellement

DÉVELOPPEMENT

# C - Résultat.

Lien du site : <https://beemymate.jedy.fr>



# Communication / Marketing

- 1 - Business plan
- 2 - Étude de la concurrence
- 3 - Note d'intention
- 4 - SWOT
- 5 - Réseaux sociaux
- 6 - Affiche publicitaire
- 7 - Vidéo promotionnelle

05

# A - Business plan.

Nous avons conçu notre business plan afin de concevoir le plan de votre projet. Ce business plan nous permet d'étudier la faisabilité technique et financière de notre projet ainsi que de le structurer et de le planifier.

## Partenaires clés

- Nos partenaires indispensables sont les organismes dédiés aux jeunes et aux étudiants et à leur accompagnements dans leur évolutions tels que Onisep, l'Étudiant ainsi que les CIO.
- Ceux qui nous permettent d'externaliser notre activité sont les site web qui mettent en avant les

## Activités clés

- Recherche de logement

## Ressources clés

- Pour répondre au besoins de nos clients, nous avons besoins d'un site web avec des offres de logement dédié à la colocation.
- Les ressources essentiels sont : un site web avec

## Structure des coûts

- Les coûts fixes de notre activité sont l'hébergement de notre site web, le salaire des employés ainsi que les abonnements tels que Unidays et Student Beans
- Les coûts variables sont : notre communication avec des impressions de flyers, d'affiches ou encore de goodies mais

### Position de valeur

- On répond au besoin d'aider les étudiants et les jeunes adultes à trouver une colocation facilement. On permet aussi de choisir sa colocation par rapport à ses centres d'intérêts pour éviter des conflits.
- Nous voulons créer une valeur de bienveillance, la fiabilité, l'accessibilité et le bien être de l'utilisateur.
- On apporte une nouvelle façon de trouver sa colocation ciblé sur les centres d'intérêts mais aussi en proposant de se présenter sous forme de courte vidéo faites sur le vif.
- En plus de trouver une colocation, nous aidons les jeunes à connaître toutes les aides sociales qui peuvent bénéficier. On propose également sous forme d'abonnement de répertorier les documents lié a leur logement et colocation. En plus on propose également des services annexes comme des déménageurs des photographes pour prendre de belles photos du logement, des électriciens, des plombiers ou encore des serruriers.

### Relations clientèles

- La relation qu'on souhaite avoir avec nos client est une relation de proximité, on souhaite via nos réseaux créer une communauté respectueuse et capable de s'entraider. On veut également transmettre un aspect joviale avec une pointe d'humour.

### Canaux

- Comme nous proposons un service nous somme pas directe en contact avec le client. Néanmoins nous mettons à disposition un chatbot pour pouvoir échanger en cas de problème.
- Notre service sera dans un premier temps distribuer via un site web et plus tard nous souhaitons élaborer une application mobile.
- On rentre en contact avec nos client via des

### Segments de clientèle

- On a créer la valeur pour des étudiants et des jeunes adultes donc des personnes âgées entre 18 et 25 ans qui sont également notre cible est nos client les plus importants
- Notre cible sont les jeunes à la recherche du colocation ou qui souhaite faire de la colocation mais qui avais peur de s'engager
- Leurs besoins sont de trouver une colocation tout en ayant un premier contact avec les autres colocataires pour savoir si ils vont bien s'entendre pour éviter que tout se passe mal après.

ents pour être visible sur les sites

aussi les coûts lié a nos compte

### Flux des revenus

- On obtient nos revenus grâce à un service d'abonnement qu'on propose qui permet aux utilisateurs de stockés tout leurs documents officiels lié à leur colocations. On propose aussi des services externes avec des prix attractif pour les utilisateurs et on récupère une commission sur ses services (déménageur, photographe, serrurier, plombier ou encore électricien. Enfin nous vendons certaines données pour avoir un revenus.
- Nos clients nous payent par cartes principalement ou encore paypal ou prélèvement bancaire

## B - Étude de la concurrence.

Nous avons réalisé des études de la concurrence pour identifier les tendances et aussi pour comprendre la stratégie de communication de nos concurrents.

Voici quelques exemples :

### Colette

<https://www.colette.club/> :

Colette permet aux étudiants et jeunes actifs à se loger en cohabitant avec des retraités qui possèdent une chambre en plus à louer.

Un site dynamique et très coloré accompagné d'illustrations, la marque casse complètement les codes des sites de logement classique en proposant quelques choses de très peps pour attirer les jeunes tout en gardant

un aspect sérieux pour les seniors.

### Linkedin:

Posts sur la marque employeur (ils présentent leurs nouveaux collaborateurs, précisent qu'ils emploient, etc) : des micro trottoirs amusants, sous format vidéo, ça, c'est une super idée ! Ils ont posé des questions amusantes pour finalement en arriver à présenter leur concept et se faire de la pub auprès des passants dans la rue.

### Facebook:

Partage d'articles et d'interviews (dans lesquels ils apparaissent par exemple), beaucoup d'articles en relations avec les seniors (comment se loger facilement, etc), des rappels des fêtes (fête de grands-mères). Ils ont également un groupe Facebook "Club Colette" pour proposer des activités (destinés aux seniors surtout). Des offres façon

carte-cadeaux pour offrir à ses proches pour qu'ils s'inscrivent sur le site. Des bons plans pour les jeunes, autres que le logement (recherche d'emploi, on peut aussi imaginer des activités à moindre prix et basés sur leurs centres d'intérêts, etc.).

### Instagram:

des posts similaires voir identique que ceux poster sur Facebook

### Whoomies

<https://whoomies.com/>

La plateforme whoomies est une plateforme de logement dédiée aux étudiants et aux jeunes actifs. Elle permet de louer une chambre dans une colocation, dans un coliving ou encore une résidence étudiante. Elle se veut simple d'accès, avec une rapidité à

trouver un bien.

### **Linkedin:**

Un compte qui est actif sur ce réseau, il propose des posts sur l'actualité accentués par l'utilisation des memes tendance, des postes sur leurs nouveaux bien à louer, des posts pour aider les jeunes sous formes de "tutos" ainsi que des posts sur leur entreprise (lorsqu'ils sont cités dans des journée ou invité sur des plateaux télés etc...)

### **Instagram:**

Whoomies est par ailleurs actif sur Instagram avec un contenu qui diffère un peu avec leur compte LinkedIn, ils se permettent de jouer beaucoup plus sur des vidéos réels en fonction des tendances et des trends actuelles On y retrouve également des posts identiques à ceux poster sur LinkedIn.

### **Sharies**

<https://sharies.co/>

Une plateforme qui propose des logements en remettant au goût du jour le coliving. Ils souhaitent réinventer la vie

en communauté dans un logement. Il possède un site web très design qui casse avec les codes des sites de logement souvent peu ergonomique et possédant un design un peu daté.

### **Linkedin**

L'entreprise est assez active, on retrouve des posts sur l'entreprise avec les postes à promouvoir au sein de leur entreprise ainsi que des publications sur des conseils ou des vidéos. Leur contenu est bien travaillé et suit une certaine harmonie.

### **Instagram**

Leur compte est bien travaillé, il est moins actif néanmoins, ils misent entièrement sur des photos dite "instagramable" qui sont belles et donnent envie. On retrouve donc un profil avec de beaux visuels.

"Notre analyse a été réalisée sûr un Google docs. Pour retrouver notre analyse concurrentielle complète et détaillée, c'est par ici :

<https://docs.google.com/document/d/1DjNnuxqAbe5R1cX2kr-0PX4R0yDKKIY4yEkqJEYvTEOY/edit?usp=sharing>

## C - Note d'intention.

### Présentation

#### Notre nom :

Nous avons choisi de nous appeler : "Beemymate".

**Bee** : mot anglais qui signifie "abeille" ; il fait référence à la ruche dans laquelle les abeilles vivent toutes en communautés et dont les tâches sont équitablement réparties.

**My mate** : mot anglais qui signifie "mon compagnon" "mon partenaire" "mon pote" ; on le retrouve également dans le mot "roommate" qui veut dire colocataire.

Ce mot à une consonance douce et agréable à l'oreille, il renvoie aussi à un sentiment de confort et de bien-être chez soi.

#### Pourquoi ce projet :

Avec la crise de la covid, de nombreux jeunes qui vivaient seuls se sont retrouvés, isoler et coupé d'interaction social. À cela, on rajoute l'augmentation générale de la vie, les étudiants et les jeunes actifs se retrouve donc à vouloir une nouvelle façon de se loger et privilégié la colocation.

Sauf que beaucoup de jeunes sont réticents de faire de la colocation par peur des mésententes qui pourrait y avoir entre les colocataires.

Ce projet a pour ambition de permettre aux jeunes de réaliser que la colocation peut très bien se passer si entre colocataire on partage des passions, mais également d'aider les jeunes dans leur recherche. On souhaite que notre service ne soit pas juste de la recherche de logement, mais accompagne par ailleurs les jeunes dans leurs dé-

marches en liant avec leur logement, qu'ils puissent retrouver toutes les informations ou documents à un seul endroit ainsi que de trouver sur un site des prestataires certifié par l'entreprise pour effectuer des travaux ou autres.

Ainsi, Beemymate souhaite faciliter leur recherche et leur assurer une expérience de colocation optimale et satisfaisant.

#### En quoi ce projet peut-il améliorer la vie quotidienne de notre public cible ?

Ce projet permet d'améliorer le quotidien de notre public, car nous centrons nos fonctionnalités sur les priorités et la demande de notre cible. En effet, plus de 40% des étudiants choisissent de vivre en colocation au lieu de vivre en logement étudiant qui sont beau-

coup plus petites et aussi chères pour la plupart.

Notre site web se concentrera donc sur l'accompagnement de notre public dans leur recherche de colocation avec pour ambition : de transformer la recherche en apportant une visibilité sur les colocataires déjà présente afin de savoir en amont si des centres d'intérêts communs se retrouvent chez le jeune et ses futurs colocataires. Cela permet à notre cible d'oser sauter le pas et de se lancer dans la colocation sans avoir une crainte des autres jeunes avec qui il sera.

Accompagner l'utilisateur tout au long de sa colocation, de la recherche de logement à la gestion de ses documents, une proposition de prestataires à tout moment en cas de besoin et un service d'écoute en cas de tensions ou de questionnement. Cela permet à notre cible d'optimiser son temps et de regrouper toutes les infos de sa colocation en un seul endroit et site.

### **En quoi ce projet est-il séduisant et**

### **rassurant pour notre public cible ?**

Tout d'abord, à travers notre vision qui est de permettre aux jeunes de trouver leur colocation de rêve, il réalise que notre mission principale est leur bien-être dans leur colocation.

Ensuite, à partir de notre communication marquée par notre ton, le langage employé et le message principal, nous cherchons à créer une atmosphère compréhensive, conviviale et positive. L'important étant que l'utilisateur se sente en confiance, à l'aise et guidé tout au long de sa démarche. Mais également, à rassurer notre cible du point de vue de la sécurité, de la fiabilité et de la crédibilité de notre site web.

À partir de cela, nous avons établi des valeurs qui nous permettent de créer des liens et de nous engager avec notre public. Celles-ci contribuent à rassurer ainsi que séduire notre audience en répondant aux besoins de notre public cible et en adaptant notre communication en conséquence.

### **Comment avez-vous pensé la cible par rapport à la forme du projet ?**

(ergonomie, aspects visuels, textuels, sonores)

Nous avons conçu notre identité graphique en tenant compte de la cible, à savoir les étudiants et les jeunes actifs qui souhaitent vivre en colocation avec des passions communes entre les colocataires afin de créer une cohésion et de vivre des moments inoubliables pendant la colocation.

### **Supports et plateformes :**

Notre solution sera accessible depuis l'ordinateur dans sa version site web et également depuis le mobile avec sa version responsive. À terme, nous souhaiterions développer une application mobile dans le but de permettre aux jeunes un accès encore plus simplifié à notre service.

Nous souhaitons communiquer sur les différents réseaux sociaux tels qu'Instagram (principal canal) et LinkedIn (canaux secondaires) en partageant des informations sur le service,

sur notre vision, sur la colocation pour donner envie à certains de se lancer dans l'aventure en colocation. Un compte Tiktok pourra être créée dans un second temps afin de partager des contenus plus léger et drôle sur le quotidien de jeunes en colocation. Nous souhaitons retirer les clichés qui existent sur la colocation et incité les jeunes à faire de la colocation en valorisant tous les avantages que cela apporte.

### **Adaptabilité et accessibilité :**

Nous sommes conscients que l'utilisation de supports numériques peut s'avérer un peu plus complexe pour certains. Il nous semble donc essentiel d'intégrer un guidage avec des étapes ainsi que la durée que prennent celles-ci pour accompagner au mieux notre cible.

### **Contenus :**

Un contenu abordable et compréhensible :

Nous choisirons des termes simples à

comprendre et compréhensible par tous afin que les utilisateurs puissent comprendre tout ce qu'on souhaite leur expliquer et également répondre au mieux à leurs besoins sans aucunes confusions et contraintes.

### **Un ton léger et de proximité :**

Notre cible étant jeunes, nous ferons attention d'employer un langage pour qu'ils se sentent proche de nous et inversement en apportant une touche de légèreté pour éviter d'avoir des contenus trop froids et désintéressant pour eux. Pour ce faire, nous choisissons le tutoiement compte tenu du jeune âge de notre cible.

### **Un contenu textuel concis :**

Pour notre ligne éditoriale, nous souhaitons communiquer de manière concise, ne pas rajouter du texte inutile en essayant de réduire au maximum le volume de texte dans les parties informationnelles dans le but de garder notre cible toujours intéresser par les explications ou autres.

### **Un contenu bienveillant et inclusif :**

L'utilisateur ne devra se sentir jugé à aucun moment, cela pourra se faire de plusieurs manières :

Des images inclusives et représentatives (diversité, femmes/hommes, de 18 à 28 ans)

Dans la saisie d'informations, des champs facultatifs permettant d'aller au bout même si l'utilisateur ne veut pas tout dire ou n'a pas toutes les informations

Dans le story-telling et les témoignages mis en avant, des styles de vie différents et de passions différentes.

Créer une communauté autour de notre site web et la diffusion d'information sur celle-ci.

### **Le ton de la marque**

Nous souhaitons communiquer de manière concise, amicale, bienveillante avec également un ton léger et

par moment avec un peu d'humour avec l'utilisateur. Nous privilégions le tutoiement pour un ressenti plus personnel et plus proche.

Nous ne voulons ni être trop professionnels, ni trop ennuyant, ni trop familiers non plus pour garder notre crédibilité.

Nous cherchons à créer une atmosphère légère, positive et conviviale, l'important étant que l'utilisateur ait confiance en nous tout en se sentant à l'aise et guidé dans sa recherche.

## Nos valeurs

Nous souhaitons que notre service et notre start-up soient perçus à travers plusieurs valeurs importantes pour nous :

### Fiabilité et sécurisé :

comme nous allons récolter des informations personnelles, il est important de refléter une image qui garantisse la

sécurité.

### Bienveillance et le respect :

les utilisateurs ont besoin d'aide dans leur recherche alors nous devons les écouter en respectant leur choix et leurs envies.

### L'accessibilité :

nous souhaitons que toutes les personnes qui soient dans le besoin de trouver une colocation puissent y accéder facilement.

### Bien-être des utilisateurs :

nous voulons améliorer et optimiser le bien-être des utilisateurs.

### Communauté et partage :

nous désirons faire découvrir une nouvelle expérience, celle de vivre en communauté tout en partageant des moments de vies et de convivialité avec de nouvelles personnes

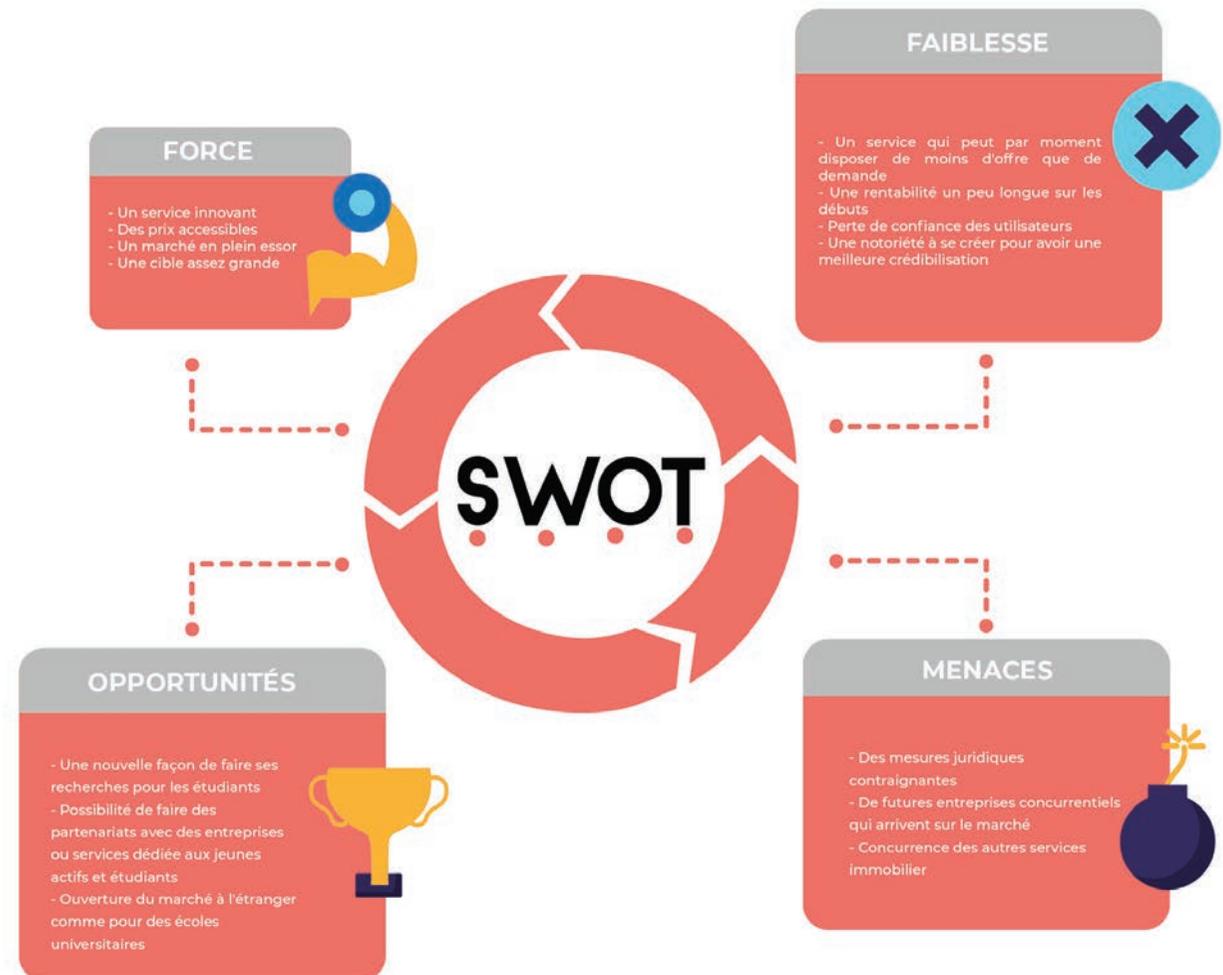
## D - SWOT.

Une analyse SWOT permet à l'entreprise d'identifier les forces et les opportunités sur lesquelles s'appuyer ainsi que les faiblesses à prendre en compte afin de se développer au mieux.

Cette analyse va nous permettre de préciser nos objectifs et de voir les options stratégiques dans notre domaine d'activité.

Pour cela, nous allons analyser les forces (Strengths), les faiblesses (weaknesses), les opportunités (opportunities) et enfin les menaces (threats).

### Voici notre swot :



### 1. Nos forces :

Pour analyser nos forces, il faut prendre en compte les ressources possédées et/ou compétences détenues conférant à un avantage concurrentiel.

Dans notre cas, nous possédons un avantage sur le service que nous proposons qui est innovant, aucun de nos concurrents propose de rechercher une colocation en prenant en compte les centres d'intérêts ainsi qu'en proposant de faire de courtes vidéos afin de se présenter.

Deuxièmement, nous proposons un prix très accessible, car nous avons pris en compte que des étudiants ou jeunes actifs ne gagnent pas forcément beaucoup d'argent, donc pour proposer un abonnement, il fallait qu'on ait des prix très bas.

De plus, notre marché est en plein essor, avec la crise de la covid qui a isolé les jeunes et l'augmentation des prix, les jeunes qui vivaient seuls jusqu'à présent préfèrent se tourner vers la colo-

cation qui permet de vivre à plusieurs ainsi que de réduire tous les frais du logement.

Enfin, notre cible est assez grande puisqu'elle touche les étudiants ainsi que les jeunes actifs souhaitant vivre en colocation, ce qui n'est clairement pas une cible niche.

### 2. Nos faiblesses :

Pour nos faiblesses, nous allons prendre en compte un manque au regard d'un, voire plusieurs facteurs clés de succès ou bien face aux concurrents.

Notre service peut fluctuer en fonction des offres disponibles sur le marché de l'immobilier, on peut se retrouver par moment avec des peu d'offre de colocation et à l'inverse avoir des périodes avec beaucoup plus d'offre. On peut potentiellement envisager certaines périodes de creux comme à l'approche des fêtes de fin d'années où en plein milieu de l'année, a contrario à l'approche des vacances d'été et de sep-

tembre, on peut avoir beaucoup plus d'offre ?

Lors de notre lancement, notre rentabilité peut être un peu plus longue que pour d'autres entreprises puisque nous gagnons de l'argent grâce aux abonnements, aux commissions prises sur les services ainsi qu'aux partages des données, ce qui peut mettre un peu de temps et qui va jouer en fonction de notre notoriété. Celle-ci (notre notoriété) est primordiale, car sans une bonne notoriété, nous n'aurons pas une bonne crédibilité et les utilisateurs ne voudront pas forcément essayer notre site. De plus, si nous perdons en crédibilité, les utilisateurs n'auront plus confiance en nous également.

### 3. Les opportunités :

Pour cette partie de l'analyse, nous prendrons en compte les zones de l'entreprise qui ont un potentiel à développer.

Il conviendrait pour nous de dévelop-

per notre service jusqu'à l'étranger, c'est-à-dire de permettre aux jeunes qui participent à un échange universitaire par exemple, d'effectuer leurs recherches de colocation via notre site. Nous aimerions, en plus, créer des partenariats solides avec des entreprises dédiés aux étudiants ou jeunes actifs, ce qui nous permettrait d'accentuer notre notoriété et d'être validé par des entreprises partenaires.

Et puis, nous souhaitons que notre service permette aux jeunes de créer une nouvelle façon de faire leur recherche de logement en colocation, en se ciblant sur les passions et centres d'intérêts.

#### 4. Les menaces :

Enfin, pour cette dernière partie de l'analyse, nous prendrons en compte les changements en cours ou à venir, qui peuvent avoir un impact négatif sur nos activités.

Actuellement, nous sommes les seuls à

proposer une recherche de colocations par centres d'intérêts, mais on pourrait imaginer que d'ici peu de temps des futures plus concurrentielles et plus innovantes arriverait sur le marché, ce qui pourrait nous prendre des parts de marché.

Le marché de l'immobilier étant assez vaste, on pourrait penser que la concurrence dans ce domaine est assez rude.

Enfin, les mesures juridiques présentes en France pourraient, si elles évoluent, devenir contraignantes pour notre service.

En prenant en compte nos forces et nos opportunités, nous pouvons voir que notre start-up a un haut potentiel de développement, en revanche, il faudra tout de même faire attention à nos faiblesses et aux menaces qui représentent une situation potentiellement dangereuse pour notre start-up. Il conviendra donc de devoir anticiper

ces éventuelles faiblesses et menaces afin d'éviter tout danger.

Cette analyse SWOT a été très importante pour nous, elle nous permet d'avoir un plan de développement pour le futur et de savoir où s'améliorer ainsi que les problèmes potentiels.

## E - Réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux nous permettront d'établir des conversations, de créer une communauté, d'entrer en contact avec le public ainsi que de nous faire connaître et de gagner en notoriété surtout si nous sommes assez actifs.

Pour notre plan de communication, nous voulons illustrer qui nous sommes et le ton de la marque. Nous souhaitons être convaincants, utiles, pertinents et attrayants le tout avec une touche de légèreté et un peu d'humour, ce qui nous permettra, pour nous, de nous rapprocher de notre public cible et ainsi de créer une communauté.

Ce qui est important pour nous, c'est d'être authentique et honnête lorsque l'on se présente sur les réseaux sociaux. Il est donc important de toujours montrer la personnalité de la marque à tra-

vers un langage ainsi qu'une identité graphique qui nous identifie et nous est propre, ce qui permet également aux internautes de nous reconnaître facilement.

Nous avons fait le choix d'être actifs sur le réseau social LinkedIn ainsi qu'Instagram, car par rapport à notre cible, ce sont les réseaux qu'ils utilisent le plus principalement pour Instagram et LinkedIn permet d'avoir une visibilité sur un aspect plus "entreprise".

Le compte doit comporter :

- Une photo profil qui est notre logo
- Un petit paragraphe biographie qui décrit brièvement qui nous sommes, quelle est notre service et ce que nous faisons
- Le lien vers notre plateforme
- Une photo de couverture avec notre phrase de teasing

Nous avons décidé de catégoriser nos publications par rapport à leurs objectifs et par rapport à leurs fréquences.

Objectifs :

- informer
- promouvoir
- divertir

Fréquence :

- 4=> très fréquent
- 3=> régulier
- 2=> occasionnel
- 1=> rare

### 1. Contenu informatif :

Plateformes : Instagram, LinkedIn

Fréquence : niveau 3 & niveau 2

Nous allons diffuser des posts à but d'informatifs sur nos réseaux sociaux tels qu'Instagram et LinkedIn.

Ces posts seront accompagnés d'une légende où la marque pourra donner une information détaillée et/ou supplémentaire et pourra également si besoin faire un lien avec un article en faisant référence à un événement, une donnée d'analyse ou un sujet d'actualité.

Dans cette légende, nous utiliserons un langage courant avec un ton bienveillant et de proximité grâce au tutoiement. Nous utiliserons des emojis afin d'illustrer nos propos et de retrouver ce côté proche entre jeunes.

### Types de contenus informatifs :

- Mise en avant d'un article, de données statistiques, d'études de marché  
Format : fond coloré, typo identitaire, élément de décors extrait du logo  
Longueur : une légende de post un peu plus longue pour expliquer en détail la donnée ainsi que les sources, et sur le visuel du post une courte phrase avec la donnée en gros
- Mise en avant de Beemymate et de nos conseils (l'équipe, tips, avantages, etc...)

Format : carrousel, fond coloré, typo identitaire, élément de décors extrait du logo et photos sous formats polaroïd par moment

Longueur : des phrases sur le post et une légende décrivant le post.

## 2. Contenu promotion :

Plateformes : Instagram, LinkedIn

Fréquence : niveau 4

Nous voulons diffuser un contenu qui promeut notre service tout en ayant un côté ludique et inspirant. Ce contenu prendra une place importante dans notre communication, car, à travers des images ou des catchphrase, nous désirons que les personnes puissent se projeter à travers notre service ainsi que de réaliser tous les avantages d'une bonne colocation.

Nous allons donc utiliser de nombreux visuels représentant des logements de colocation ainsi que des jeunes en colocation avec des centres d'intérêts communs.

Nous allons aussi utiliser des visuels qui représentent les valeurs de notre

start-up. Nous allons également ajouter notre logo afin de créer des visuels cohérents les un avec les autres et de représenter notre identité graphique.

Ces posts seront accompagnés d'une légende qui illustrera les visuels comme un peu des témoignages des jeunes qui utilisent Beemymate.

→ Nos posts ont pour but d'être inclusifs et représentatifs (diversité, homme, femme, de 18 à 28 ans environ)

### Types de contenus promotionnels :

Mise en avant de jeunes en colocation avec des passions communes ou des logements de colocation

Format : photo, logo en bas à droite en blanc

Longueur : pas de phrase sur le visuel, une légende qui décrit l'image comme si c'est un jeune en colocation qui écrivait

Phrase drôle mettant en avant une situation dans une colocation qui n'a pas été trouvée par Beemymate

Format : fond coloré, typo identitaire, élément de décors extrait du logo

### 3. Contenu divertissant :

Plateformes : Instagram

Fréquence : niveau 1

Nous voulons diffuser des courtes vidéos montrant le quotidien de nous dans notre start-up.

À long terme, nous souhaitons créer un lien de proximité entre notre communauté et nous afin qu'ils sachent qui travaille derrière Beemymate. Pourquoi pas également proposer plus tard des lives pour échanger avec la communauté comme des FAQ ou bien filmer nos divers événements, interviews, etc..

Format : courte vidéo et live

Longueur : de 1 à 3 minutes

### Création des posts:

Contenus informatifs :



### Création des posts:

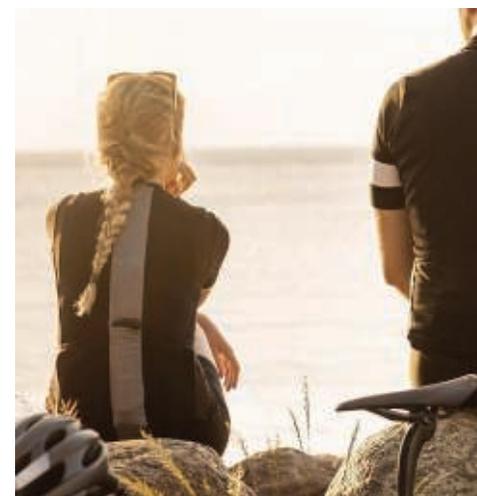
Lancement:



Contenus informatifs : (les tips de Beemymate)



Contenus promotionnels : (des jeunes en colocation avec leur passion)



Contenus promotionnels : (logement)



Contenus promotionnels :  
(phrase drôle)



Découvrez tous les posts sur XD ou sur nos réseaux sociaux. (lien XD) :

## Gestion des publications :

Afin d'organiser au mieux nos publications, un calendrier éditorial a été créé sur Notions pour pouvoir programmer tous nos posts et ne pas oublier de poster et de garder une certaine régularité.

→ Retrouver le calendrier en détail sur Notion :

<https://polarized-perch-3be.notion.site/Calendrier-ditorial-R-seaux-Sociaux-c5fb38c3222f4366af9345341cfdca75>

Quelques extraits du calendrier:

Nom	Date de ...	Statut	Réseaux	Type de contenu	Jour de ...	Notes & Observations	Objectifs
Tips pour sa colocation	15/08/2022	À planifier	LinkedIn, Instagram	Post Illustration, Texte, Carrousel, Guide	Mercredi	Tips pour mieux vivre en coloco comme faire une charte etc...	Informer
Photo de colocataires	16/08/2022	À planifier	LinkedIn, Instagram	Post Photo	Jeudi		Promouvoir
"Le saviez-vous" sur la colocation	17/08/2022	À planifier	LinkedIn, Instagram	Post Illustration, Texte	Vendredi		Informer
Photo de colocataires	21/08/2022	À éditer	LinkedIn, Instagram	Post Photo	Mardi		Promouvoir

## Communication par e-mailing:

En plus de nos publications sur les réseaux sociaux et grâce à nos premières itérations de site qui présentent notre concept. On a pu acquérir des inscriptions de personnes intéressées par notre projet. Grâce à cela, nous avons souhaité garder un lien avec ses personnes et nous avons choisi de faire une campagne d'emailing.

Nous savons que l'emailing est un canal de communication très plébiscité par les entreprises. L'email offre une communication directe et personnalisée. Il permet donc d'instaurer une relation de confiance entre les membres d'une entreprise et leurs destinataires. De plus, nous avons fait un choix de ne pas inonder les boîtes mails de nos interlocuteurs sous peines de recevoir des désinscriptions.

Nous avons fait partir deux emails, un premier lors que l'inscription pour souhaiter la bienvenue aux nouveaux inscrits. Un second pour rester en contact avec nos clients et les inciter à nous suivre sur nos réseaux sociaux.

Ces campagnes d'emailings ont assez bien fonctionné avec un taux d'ouverture de plus de 75% et un taux de clics à 20%.

**Beemymate**

**Bienvenue chez Beemymate !**

**Hello,**  
Tu viens de prendre la meilleure décision de ta journée.  
À partir de maintenant tu fais partie de notre petite mais super cool famille !  
Tu vas pouvoir suivre l'évolution de notre projet et le voir grandir.

[Beemymate.fr](#)

Un grand MERCI de la part de toute l'équipe ! 🥰

**Beemymate**  
Suis-nous sur nos réseaux

Facebook LinkedIn

Copyright © 2022 - Tous droits réservés

**Beemymate**

**Hello,**  
Comme promis nous sommes de retour, et oui on ne t'avais pas oublié 🥰  
Rejoins-nous vite sur les réseaux sociaux pour suivre nos aventures dans la création de notre start-up et aussi pour voir son évolution !

**Tu peux nous retrouver sur :**

Instagram Instagram

Notre équipe a hâte de te retrouver sur les réseaux sociaux 🥰

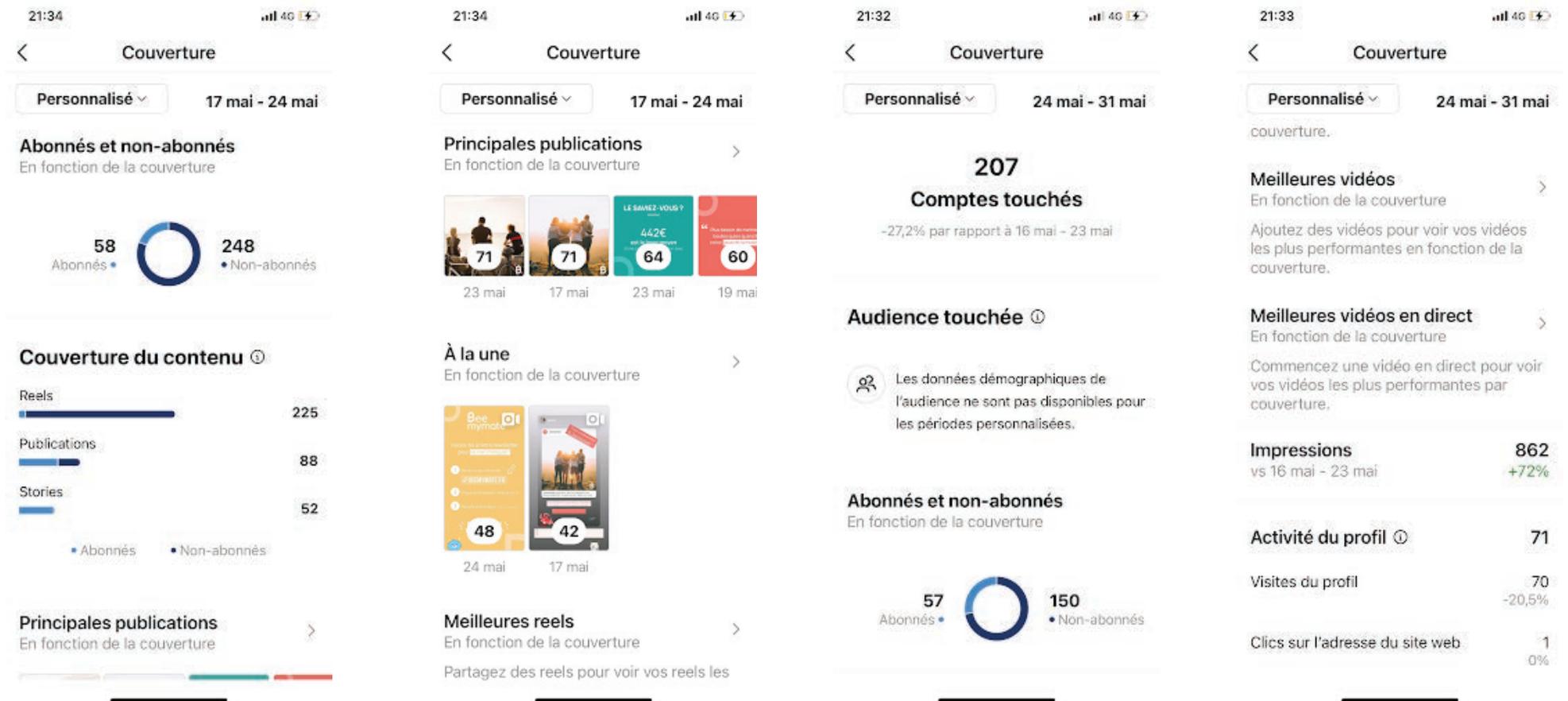
**Beemymate**  
Suis-nous sur nos réseaux

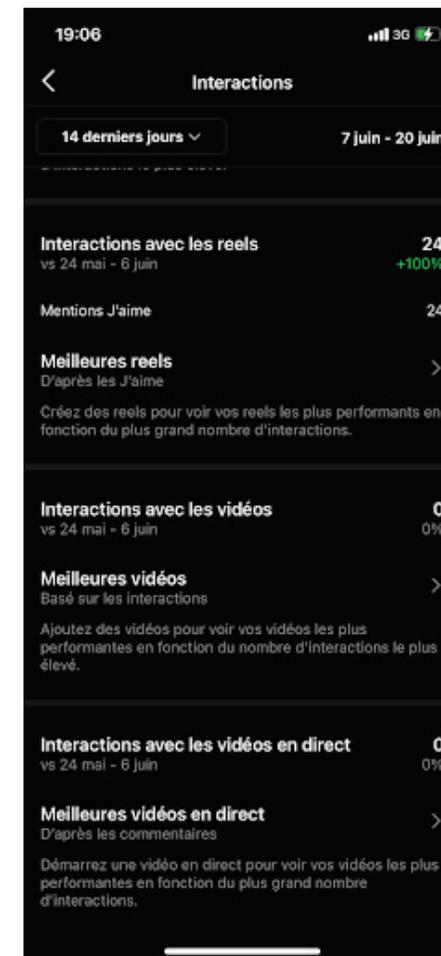
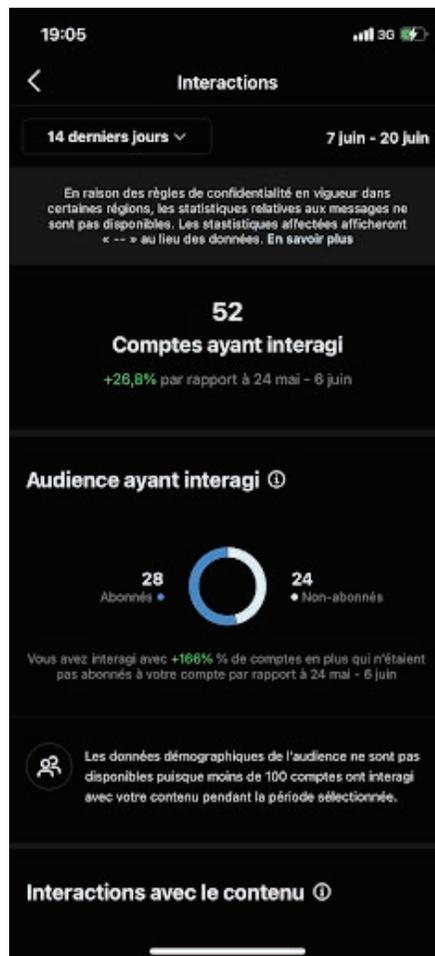
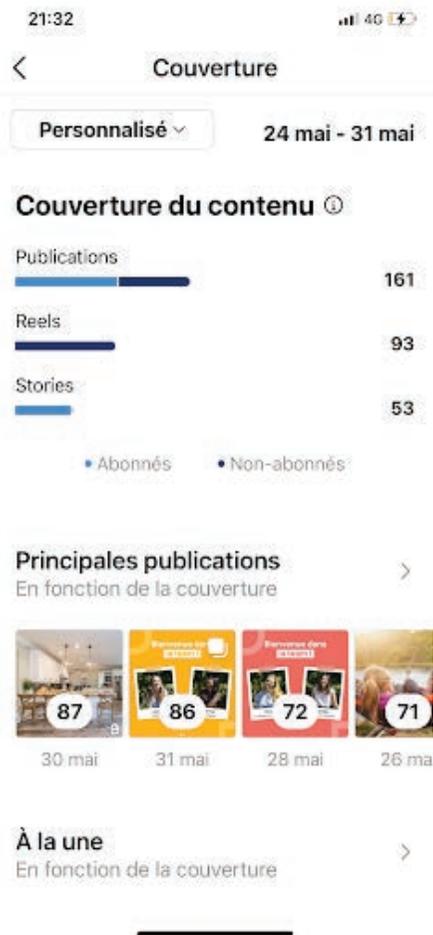
LinkedIn Instagram

Copyright © 2022 - Tous droits réservés

## Relevé des KPIs:

Chaque fin de semaine, nous avons regardé et analysé nos KPIs afin d'adapter au mieux nos publications, voici une partie des KPIs récupérées :

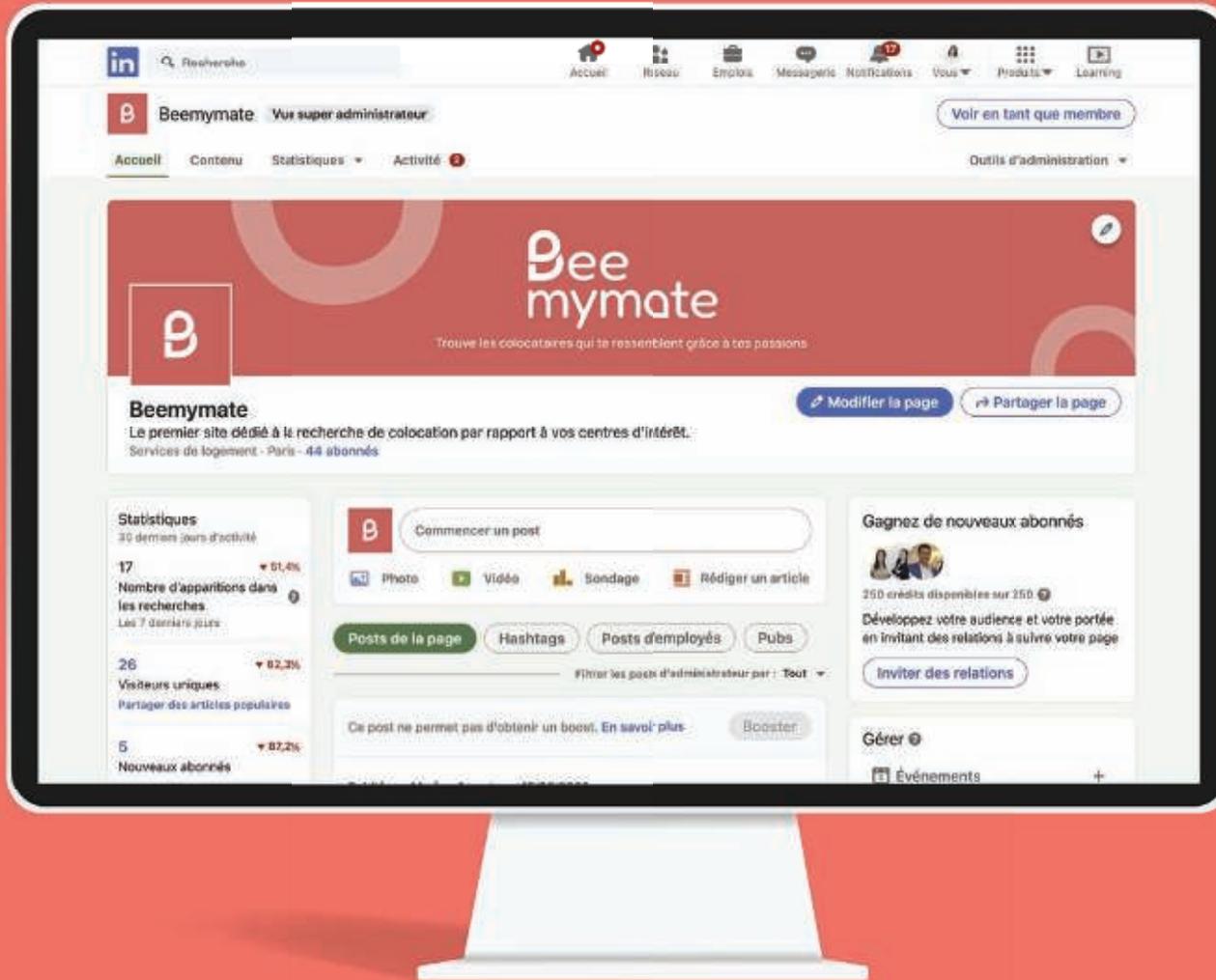








→ LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/beemymate/>



## F - Affiche publicitaire.

### Copy stratégie

#### Description :

Affiche promotionnelle pour promouvoir notre nouveau service de recherche de colocation par rapport à ses centres d'intérêt avec Beemymate afin d'inciter notre public cible à tester ce nouveau service.

#### Les faits principaux : le contexte, insight, doxa :

Beemymate est un service qui permet aux utilisateurs de rechercher une colocation tout en prenant en compte leurs passions communes. De plus, Beemymate propose de stocker tous ses documents en lien avec la colocation et propose également des prestations certifiées (déménageurs, plombiers, etc). Avec la crise de la covid qui a isolé beaucoup de jeunes et d'étudiant qui avaient leur logement ainsi qu'avec le coût de la vie qui augmente,

ces jeunes souhaitent tenter la colocation pour pouvoir vivre à plusieurs tout en répartissant les divers coûts du logement. Il est parfois difficile d'oser se lancer dans la colocation quand on entend que pour une partie, cette expérience se passe très mal principalement due aux colocataires qui ne s'entendent pas. Beemymate permet de choisir ton logement, mais de vérifier par ailleurs avant de t'engager que tu vas bien t'entendre avec les autres colocataires.

#### Cible :

Il est spécialement conçu pour notre public principal. Les étudiants et jeunes actifs qui souhaitent vivre en communauté tout en prenant compte leurs centres d'intérêt commun.

Age : 18 à 28 ans

Futurs étudiants, étudiants et jeunes actifs

#### Problème à résoudre :

Comment convaincre le consommateur potentiel de recourir à ce service ? Comment mettre en valeur les atouts de Beemymate ainsi que les résultats accomplis ?

#### Buts et objectifs :

Positionner le service de Beemymate comme le premier outil de recherche de colocation par centre d'intérêt.

Les aider à trouver leur colocation idéale : nous réduisons les risques de problèmes au sein d'une colocation tout en facilitant leur démarche.

#### La promesse et le bénéfice consommateur :

Permettre aux étudiants et aux jeunes actifs de choisir la colocation comme première expérience de logement, tout en assurant une bonne cohésion dans la colocation afin de vivre une super aventure. Le tout en ayant un site complet qui permet de faciliter les dé-

marchés, la gestion des documents et des prestations, le tout dans le but de permettre de vivre une colocation dans des conditions optimales.  
 «Phrase d'accroche de la pub»  
 Avoir un texte d'ancrage : le texte force l'image à dire ce qu'elle dit.

**La preuve → support de la promesse :**

Ce service permet d'améliorer la recherche de colocation ainsi que l'expérience de vivre en colocation, car nous centrons nos fonctionnalités sur les priorités et la demande de notre cible.

**Support de communication :**

Une campagne print qui sera diffusée sur des panneaux publicitaires dans la ville et plus précisément dans les stations de métro et les arrêts de bus. Elle sera également diffusée sur les réseaux sociaux tels que Facebook et LinkedIn.

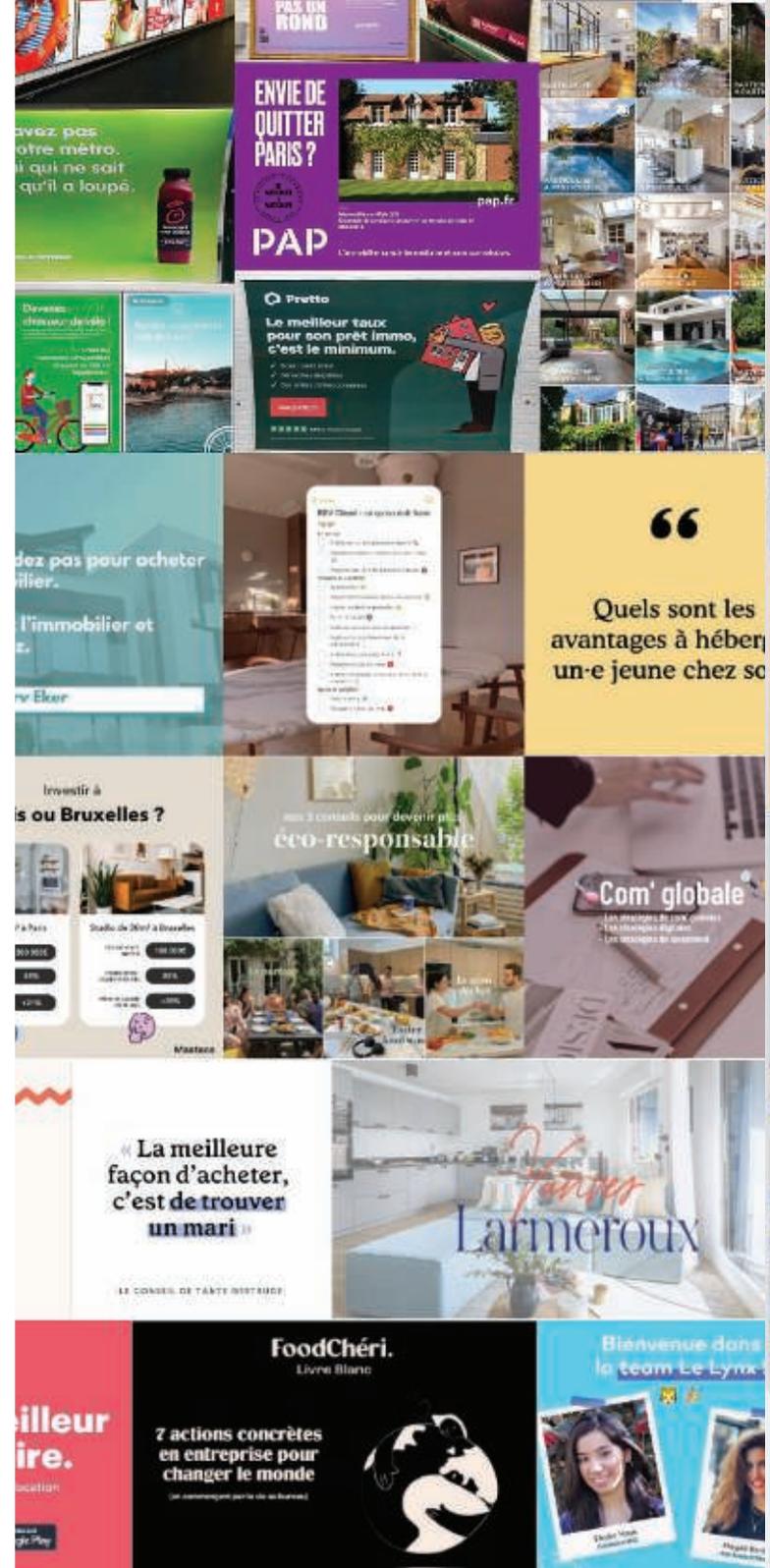
**Le ton et l'identité de la marque :**

Fournir une assurance quant à la crédibilité de notre service et exprimer nos valeurs par le biais de l'aspect émotionnel

**Un message qui est :**

- Inspirant
- Accueillant
- Fiable
- Inclusive
- Simple
- Léger

**Planche tendance**





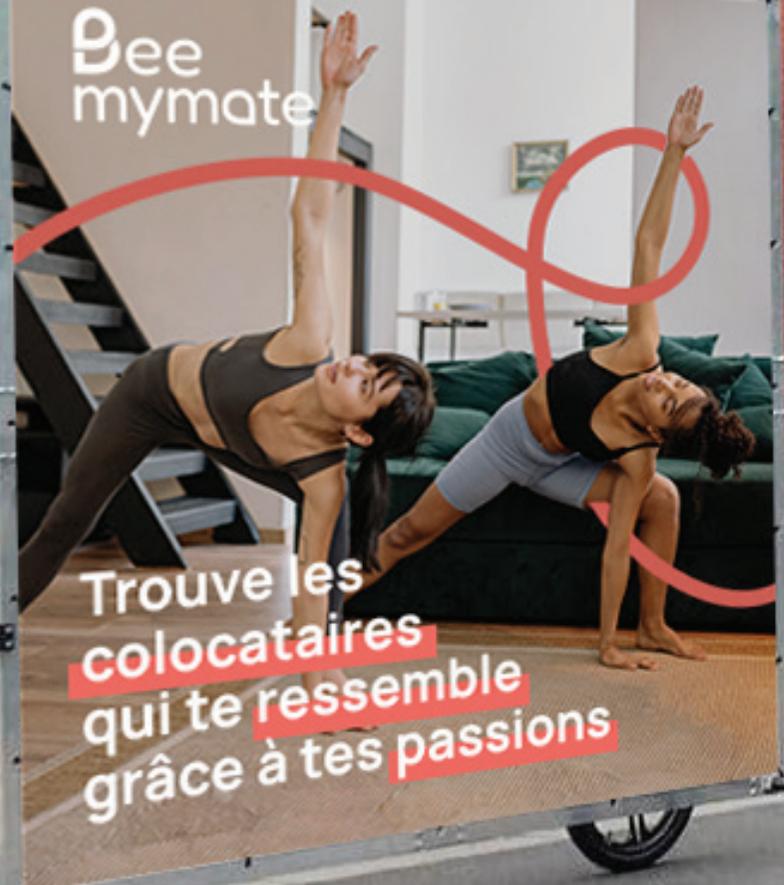
## Affiche



15



Bee  
mymate



Trouve les  
colocataires  
qui te ressemblent  
grâce à tes passions

## G - Vidéo promotionnelle.

### Note d'intention

#### Concept :

Notre concept pour le scénario de notre publicité se concentre sur un jeune qui souhaite trouver sa colocation de rêve en fonction de ses centres d'intérêts et de ce que peut-être sa recherche grâce à Beemymate.

Lorsque nous parlons d'une doxa négative sur la colocation, nous mettons l'accent sur des éléments tels que : "on ne s'entend jamais avec ses colocataires", "on ne passe jamais des moments ensemble", "habiter à plusieurs, c'est faire des compromis"...

#### Objectifs :

Nous voulons inciter l'utilisateur à utiliser notre service pour rechercher sa future colocation et de croire à tous les aspects positifs de vivre en colocation. C'est à travers une recherche de colocation que nous souhaitons lui

montrer qu'il est possible de :

- trouver sa colocation de rêve en s'amusant
- privilégié ses passions en commun avec les autres colocataires pour avoir une bonne cohésion et entente
- vivre de super moment de partage et de convivialité dans sa future colocation

#### Déroulé général :

Nous allons créer une vidéo storytelling avec un aspect humoristique et décalé pour exagérer les passions.

Sur la partie visuelle, nous montrerons un jeune qui recherche une colocation accompagnée par un membre de Beemymate ainsi que plusieurs colocations chacune représenté par la passion en commun qu'ont chacun des colocataires (par le décor, l'ambiance, les habits ou encore une pancarte sur chaque porte). Le tout, dans une ambiance conviviale, funky et bonne en-

tente.

Le membre de Beemymate va parcourir un couloir avec pleins de porte qui représente chacune une colocation différente. Le membre ouvre plusieurs portes pour proposer les colocations en questions aux jeunes. Cette semaine est un peu une métaphore de notre site web.

Pour la partie audio, nous avons la voix du jeune ainsi que du membre de Beemymate et par moment des extraits de musique.

#### Mise en avant de notre service :

L'objectif est de présenter notre service en quelques mots pour ne pas noyer le spectateur sous trop d'informations.

"Avec nous, tu vas enfin trouver la colocation qui te ressemble grâce à tes passions !".

Nous souhaitons attiser la curiosité de l'audience pour lui donner envie d'en savoir plus.

### Ancrage de l'image de marque :

Nous désirons ancrer le message avec l'image de marque composée du logo et d'un slogan. Il s'agit d'associer les passions et les colocations avec le slogan pour permettre au spectateur de se projeter.

De plus, nous mettrons en avant notre logo à la fin de la vidéo ainsi que le nom de notre startup sur le tee-shirt du membre ainsi que l'évocation de Beemymate un peu partout durant la vidéo pour faire comprendre à l'utilisateur de quelle entreprise il s'agit.

### Script:

→ Retrouver l'entière de notre script sur le lien suivant :

[https://drive.google.com/file/d/1jAl-2r7h\\_VWGwgdf1db8xzfWj0leuXXk/view?usp=](https://drive.google.com/file/d/1jAl-2r7h_VWGwgdf1db8xzfWj0leuXXk/view?usp=)

### Vidéo:



[https://www.youtube.com/watch?v=BnlcOlfr\\_2M](https://www.youtube.com/watch?v=BnlcOlfr_2M)

# GESTION DE PROJET

- 1 - Teams
- 2 - Planning
- 3 - Sprint
- 4 - Périmètre
- 5 - User Stories

# 06



## Présentation:

Afin de mener à bien ce projet, nous avons mis en place une gestion de projet permettant d'atteindre tous les objectifs dans le respect des deadlines avec des contraintes données. Nous avons basé nos principales contraintes sur la taille des tâches et du temps qu'on disposait.

## Mission :

Notre principale responsabilité en tant qu'équipe a été de comprendre les exigences demandées à travers le brief, ainsi que de définir et de hiérarchiser le travail demandé en fonction des exigences. Tous les membres de l'équipe ont collaboré et discuté sur la manière d'aborder le travail, et nous avons donc décidé des priorités et des dates.

- Engagement et collaboration entre tous les participants pour une meilleure cohésion
- Flexibilité de chacun et investissement de son temps
- Examiner très régulièrement le travail effectué, les progrès, les problèmes rencontrés et parvenir à des accords communs

GESTION DE PROJET

# A - Teams.

## Présentation:

Pour avancer au mieux sur le projet et ne pas perdre de temps inutilement, nous avons fait le choix de nous répartir des rôles et ainsi que les tâches en fonction de nos spécialités.



**Marine Angot**

**Cheffe de projet & Développeuse**

Elle s'est occupée de gérer l'organisation du projet (création de planning), de préparer les réunions, de faire les récapitulatifs des réunions, se tenir informée de l'avancement de chaque tâche et de vérifier que les tâches suivent le retroplanning. Elle a également codé entièrement le site. Enfin, elle s'est chargée de faire tout l'aspect communication sur les réseaux sociaux (planning éditorial, créations des posts et publication)



**Aurélie Leroy**

**Graphiste**

Elle a travaillé sur toute la charte graphique de Beemymate en passant par le logo, l'élaboration du design du site web ainsi que les divers supports de présentations et les motions design



**Leslie Quintin**

Graphiste

Elle s'est occupée d'épauler Aurélie dans la conception du logo et de certaines maquettes.



**Emma Le Van**

UX designer

Elle a conçu et élaboré toutes les étapes de la démarche UX (phase d'exploration, phase d'idéation, phase de conception et phase d'évaluation), elle a également animé les divers ateliers UX de programmer pour le projet.



**Elodie Slatine**

UX designer

Elle a travaillé en cohésion avec Emma sur les diverses phases présentes dans la démarche UX et du wording. Elle s'est par ailleurs occupée du montage pour notre vidéo promotionnelle et des photos de l'équipe.

# B - Planning.



## Présentation:

Avant de commencer, l'équipe a dû comprendre l'objectif final ainsi que les étapes pour l'atteindre. Nous avons développé un rétro planning pour le projet, tout en nous rappelant que nous pouvons traiter facilement les changements et les ajouts au projet. Dans cette phase, l'idée principale était donc de «comprendre» ainsi que de connaître la «tâche à accomplir» et en combien de temps.

Pour notre planning, nous avons fait le choix de le faire sur Notion, chaque étape est détaillée et classée selon sa catégorie. Chaque tâche est attribuée aux membres concernés avec sa date pour la réaliser, on ajoute également le statut de la tâche, enfin on a la possibilité de rajouter des commentaires, liens, images ou toute autre contenu. Le planning est assez complet afin de permettre une organisation optimale. On a par ailleurs ajouté les jours de

cours sur le projet, les semaines où on est en cours ainsi que nos réunions dans le but de mieux nous organiser.

Pour consulter en détail notre planning, cliquez sur ce lien :

<https://polarized-perch-3be.notion.site/7399429061d34d85927fcf42460e-86b9?v=e26647afc34440d29f-74869cead8f096>

## Rétro Planning

Modifier Rechercher Dupliquer ...

Masquer la description

# Rétro Planning

Planning pour gérer les rendus du projet et les deadline !  
L'idéale serait de finir le projet 1 semaine avant la soutenance 😊

Chronologie Liste Calendrier Table Tableau kanban

Filtrer Trie

			mars 2022							avril							Mois < Aujourd'hui		
			24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7		
As	Tâches	Membr...	Date																
	Semaine de cours		28 mars 2022 → 1 avril 2022																
	Début du projet		31 mars 2022																
	Semaine de cours		18 avril 2022 → 23 avril 2022																
	Cours : Atelier projet		20 avril 2022 → 23 avril 2022																
	Semaine de cours		9 mai 2022 → 12 mai 2022																
	Cours : Atelier projet		9 mai 2022																
	Cours : Atelier projet		11 mai 2022																
	ÉTAPE 1 : ÉTAT DES LIEUX	Marine An	31 mars 2022 → 10 avril 2022																
	→ Explorations & recherches	Marine An	31 mars 2022 → 4 avril 2022																
	Point projet	Marine An	4 avril 2022																
	→ Benchmark & analyse de la concurr	Marine An	6 avril 2022 → 11 avril 2022																
	Point projet	Marine An	7 avril 2022																
	Point projet	Marine An	11 avril 2022																
	→ Étude de la cible	Marine An	11 avril 2022 → 13 avril 2022																

## C - Sprint.

### Définir :

Pour notre projet, nous avons fait le choix de s'inspirer de la méthode de travail agile. Nous avons fait ce choix, car nous avons une date de rendue assez courte pour ce qui nous est demandé, de plus cette méthode permet une meilleure communication entre les membres de l'équipe ainsi qu'une meilleure détection des risques. Nous avons également associé à la méthode agile, la méthode de travail en "Lean" pour pouvoir générer des itérations et optimiser notre travail.

Dans notre équipe, Marine s'est vue attribuée le rôle du product owner et Emma le rôle de scrum master.

Ayant chacun des emplois du temps, nous avons fait le choix de faire des daily scrums mais pas quotidiennement, leur rythme était plutôt de 2 à 3 par semaine. Néanmoins, avant chaque lancement de sprint,

nous faisons des réunions de planning de sprint d'environ 1h jusqu'à 2h. Ces réunions étaient en général les lundis pour pouvoir bien entamer le sprint.

Pour notre projet, nous avons élaboré 2 types de sprint: est sprint design (conception graphique et communication) les sprint dev (codage des pages et programmation du chatbot)

### Nos sprint design :

#### - Sprint maquettes du site :

- Nous avons fait un sprint design de 5 semaines et demie :
- l'étape comprendre : 4 jours (du 16 au 20 avril)
- l'étape d'idée : 4 jours (du 25 au 29 avril)
- l'étape de conception : 14 jours (du 11 mai au 25 mai)
- l'étape de prototypage : 6 jours (du 25 mai au 1 juin)
- l'étape de test : 3 jours (du 1 au 4 juin)

#### - Sprint affiche publicité :

Nous avons fait un sprint design de 1 se-

maine et demie :

- l'étape comprendre : 2 jours (du 9 au 11 juin)
- l'étape d'idée : 3 jours (du 11 au 14 juin)
- l'étape de conception : 4 jours (du 14 au 18 juin )

### Nos sprint dev :

#### - Sprint codage du site :

Nous avons fait un sprint dev de 2 semaines :

- l'étape de conception : 12 jours (du 6 mai au 18 mai)

- l'étape de teste : 2 jours (du 18 au 20 juin)

#### Sprint chatbot :

Nous avons fait un sprint dev de 1 semaine :

- l'étape comprendre : 1 jour (13 juin)
- l'étape d'idée : 2 jours (du 14 au 16 juin)
- l'étape de conception : 2 jours (du 16 au 19 juin)
- l'étape de test : 1 jour (20 juin)

# D - Périmètre.

## Définir & priorisé:

Au cours de cette étape, nous avons défini et hiérarchisé les tâches. À ce stade du projet, nous avons élaboré un périmètre, qui consiste en une liste hiérarchisée de toutes les fonctionnalités ainsi que de tous les livrables qui constitueront le produit final. Nous allons développer un site web destiné aux étudiants et jeunes actifs.

Parmi toutes les fonctionnalités pensées, nous avons donc réalisé une sélection de celles que nous allons développer pour ce premier périmètre :

En priorité forte :

- Accueil
- Beemy coloc
- Une à deux offre(s) de colocation
- Mes aides
- Inscription
- Connexion
- À propos

- Pages erreurs / construction
- FAQ

En priorité moyenne :

- Déposer une offre
- Profil > Infos personnelles
- Profil > Favoris
- Profil > Ma colocation
- Profil > Paramètre > Informations personnelles
- Contact

En priorité faible :

- Newsletter
- CGU
- Mentions légales
- Map interactive sur la recherche d'offre de colocation

En priorité nulle :

- Profil > Paramètre > Connexion et sécurité
- Profil > Paramètre > Notification
- Mentions légales
- Map interactive sur la recherche d'offre de colocation
- Pop-up cookie

## E - User Stories.

Les User Stories ont été créées, principalement pour les fonctionnalités de la page des annonces. Une fois les User Stories terminées nous les avons classées par ordre de priorité.

### US 1:

En tant qu'utilisateur, je souhaite faire une recherche précise des annonces de colocation afin de trouver la colocation en fonction de mes critères.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page Beemy coloc du site web Beemymate,  
Quand : je clique sur le bouton de recherche,

Alors : je peux entrer les informations de localisation et des critères plus détaillés tels que le budget, la taille

de l'habitation, les centres d'intérêt, la date, la surface, et le nombre de chambres.

### US 2

En tant qu'utilisateur, je souhaite avoir une sélection de colocation en fonction de mon profil afin d'avoir une idée de colocation selon mes critères.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page d'accueil du site web,

Quand : je clique sur la page Beemy coloc,

Alors : avec mon profil prérempli lors de mon inscription, une sélection de logements est proposée en fonction de mon profil.

### US 3

En tant qu'utilisateur, je souhaite avoir

des informations concises de chacune des annonces afin de faire une sélection rapide par moi même.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page d'accueil du site web,

Quand : je clique sur la page Beemy coloc,

Alors : je vois sur chaque annonce des informations clés telles que la ville, le type, la taille, la disponibilité, et le prix du logement.

### US 4

En tant qu'utilisateur, je souhaite mettre en favoris une annonce qui me plait afin de la retrouver plus facilement un autre jour.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page Beemy coloc du site web,

Quand : je clique sur un bouton de

type coeur,

Alors : l'annonce se met automatiquement dans les favoris de mon profil.

### US 5

En tant qu'utilisateur, je souhaite avoir un aperçu rapide du logement de l'annonce.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page Beemy coloc du site web,

Quand : je survole l'annonce qui me plait,

Alors : des flèches apparaissent et je peux faire défiler les photos de l'annonce.

### US 6

En tant qu'utilisateur, je souhaite afficher la carte de la ville que j'ai entrée dans la barre de recherche afin de trouver un logement aux alentours.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page Beemy coloc du site web,

Quand : je clique sur le bouton "Afficher la carte"

Alors : une carte apparaît en fonction de la localisation remplie en amont ou si ce n'est pas le cas, en fonction de ma localisation.

### US 7

En tant qu'utilisateur, je souhaite avoir un affichage rapide directement sur la carte afin de le sélectionner plus facilement en fonction de la localisation.

#### Critères d'acceptances :

Étant donné que : je suis sur la page Beemy coloc du site web avec la carte ouverte

Quand : je survole un point sur la carte m'indiquant qu'il y a une colocation à cet endroit,

Alors : un encart apparaît avec une

photo, le type de logement, la surface et le prix.

# ANNEXES

1 - Prochaines itérations

07



## Prochaines itérations :

Afin de faire évoluer notre solution et d'engager l'utilisateur sur le long terme, nous avons pensé la gamifier avec les idées suivantes :

Modifier les titres attribués à la colocation. Par exemple : "sauvage", «ne dort pas la nuit», «propre tout le temps»

Faire un questionnaire de personnalité pour guider les recherches de l'utilisateur, mais également sous forme d'histoire à choix pour savoir qui peut avoir les mêmes préférences

Mettre en avant la rareté pour trouver sa colocation parfaite

Afficher le pourcentage de compatibilité avec les critères de recherche (comme fait google maps)



Aurélie Leroy, Élodie Slatine, Emma Le Van, Leslie Quintin & Marine Angot

©2022 - Beemymate