

Dossier final

Année 2022-2023

- Inès Letellier – B3DIG
- Lisa Brédy – B3DIG
- Ubeyit Canli – B3ECO
- Nell Heidrich – B3WSM
- Julien Noyelle – B3CN



Sommaire

I. Introduction3-5

II. Études de marché..... 6-30

- A. Contexte commercial 7-13
- B. Définition de la cible 14-17
- C. Analyse concurrentielle 18-30

III. Plateforme de marque 31-44

- A. Identité visuelle 32-39
- B. Charte éditoriale 40-44

IV. Gestion du projet 45-53

- A. Répartition des rôles 46-47
- B. Outils collaboratifs 48
- C. Planning détaillé 49
- D. Coût de conception 50-51
- E. Modèle économique..... 52
- F. Rentabilité sur 3 ans 53

V. Marketing & communication 54-79

- A. Objectifs & explications 55
- B. Stratégie de communication 57-58
- C. Leviers 59-78
- D. Plan de communication 79

VI. Approche technique

- A. Cahier des charges 81-89
- B. Landing page 90-91
- C. Prototype..... 92
- D. Parcours utilisateur 93
- E. Guide utilisateur..... 94-95
- F. Recettage..... 96
- G. Préconisations d'évolutions futures..... 97

VII. Conclusion 98-99

VIII. Annexes..... 100-112

I. Introduction

A blue-tinted photograph of a yellow van driving on a dirt road through a desert landscape with mountains in the background. The van is in the lower-left foreground, moving away from the viewer. The road is unpaved and winds through a dry, rocky terrain. In the background, there are large, rugged mountains under a clear sky. The overall scene conveys a sense of adventure and exploration in a natural, arid environment.

Introduction

Dans le cadre de notre 3e année d'études au sein de l'école MyDigitalSchool Annecy, nous avons fait naître collectivement un projet digital mûrement réfléchi et affiné à destination des **voyageurs effectuant un road trip**.

Notre objectif a été de créer une application mobile offrant un suivi pour les voyageurs, notamment pour ceux qui entreprennent un road-trip, et vont donc traverser de nombreuses frontières. En quelques mots, l'application pourra aider le voyageur à rassembler ses documents administratifs nécessaires au voyage, simplifier ses démarches et l'accompagner tout au long du voyage.

Ainsi, des options ont été pensées afin que les utilisateurs puissent recevoir des alertes concernant les actualités et les spécificités d'un pays, des alertes météo et bien plus.

Notre application se veut donc innovante, originale et répond à un besoin qui concerne de plus en plus de monde.



L'équipe plan'ey

Inès Letellier : Chef de projet

Julien Noyelle : Graphiste & UX/UI designer

Lisa Brédy : UX/UI design

Nell Heidrich : Chargée de communication et webmarketing

Ubeyit Canli : référencement et analyse



II. Études de marché

Analyse du marché

Le secteur du voyage...

- Secteur en forte hausse depuis la fin des restrictions liées au COVID19.
- **+12%** d'applications de voyage téléchargées entre 2020 & 2022.
- Les tendances voyage ont également évolué.
 - 78%** des Français souhaitent découvrir des paysages.
 - 63%** recherchent le dépaysement total.
 - 54%** ressentent le besoin de s'affranchir des contraintes horaires.
- Tendance de voyage en hausse constante : le **road-trip**.

La tendance road-trip

- Selon une étude de 2021 menée par l'agence de voyage en ligne Opodo, **53% des Français préfèrent désormais les road-trips aux voyages organisés.**
- Selon le baromètre Europ Assistance/OpinionWay, **21%** des Français envisageaient de partir en road-trip à l'étranger en 2021.
- Le véhicule est le moyen de transport le plus utilisé pour les road trips en France. Selon l'étude d'Opodo, **72%** des voyageurs préfèrent les road-trips en voiture, contre **17%** en camping-car et **11%** en moto.

- Les ventes de camping-cars et autres fourgons aménagés ont progressé de **25%** ces deux dernières années en France.
- **42%** des voyageurs road-trip partent en couple ;
37% partent seuls ;
18% femmes / **19%** hommes.

**La tendance en Hausse ?
La "Van life" !**

La Vanlife

→ La Van life a conquis tous les adeptes de voyage. Cette pratique consiste à voyager dans un van aménagé pour partir à la découverte de plusieurs endroits à travers le pays, sur différents continents ou à travers le monde. Ce nouveau mode de voyage est né de l'essor des NTIC.

L'intégration des NTIC dans notre vie quotidienne a permis la réalisation de différentes tâches à distance.

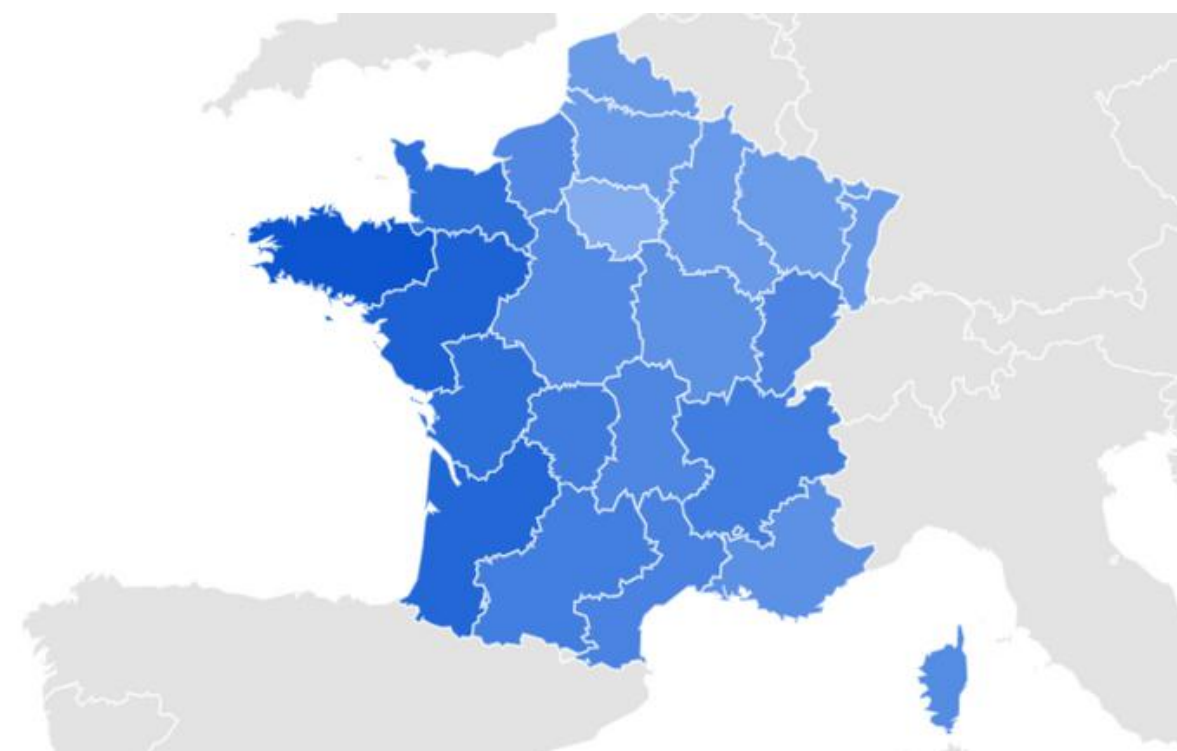
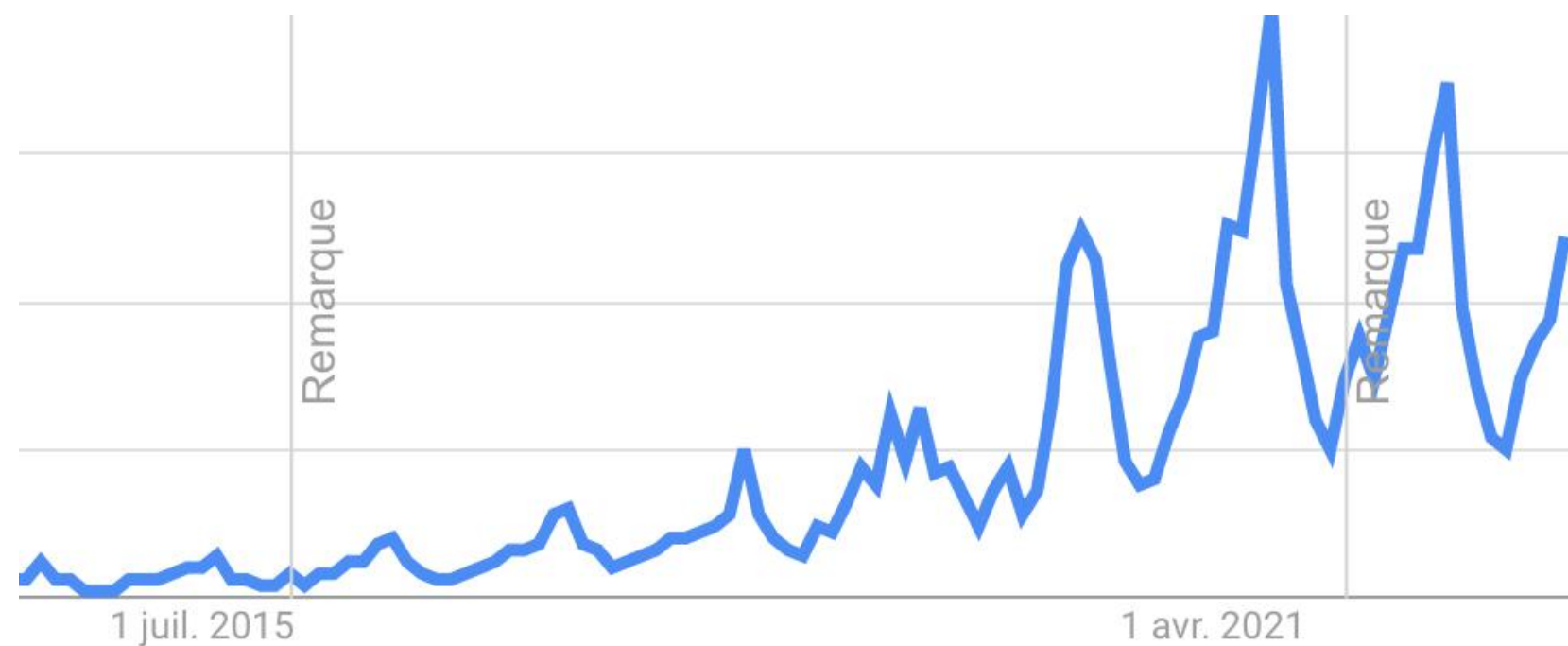
Cela a notamment révolutionné le domaine professionnel : **Télétravail.**

Nouvelle catégorie de travailleurs : **les Digital Nomads.**

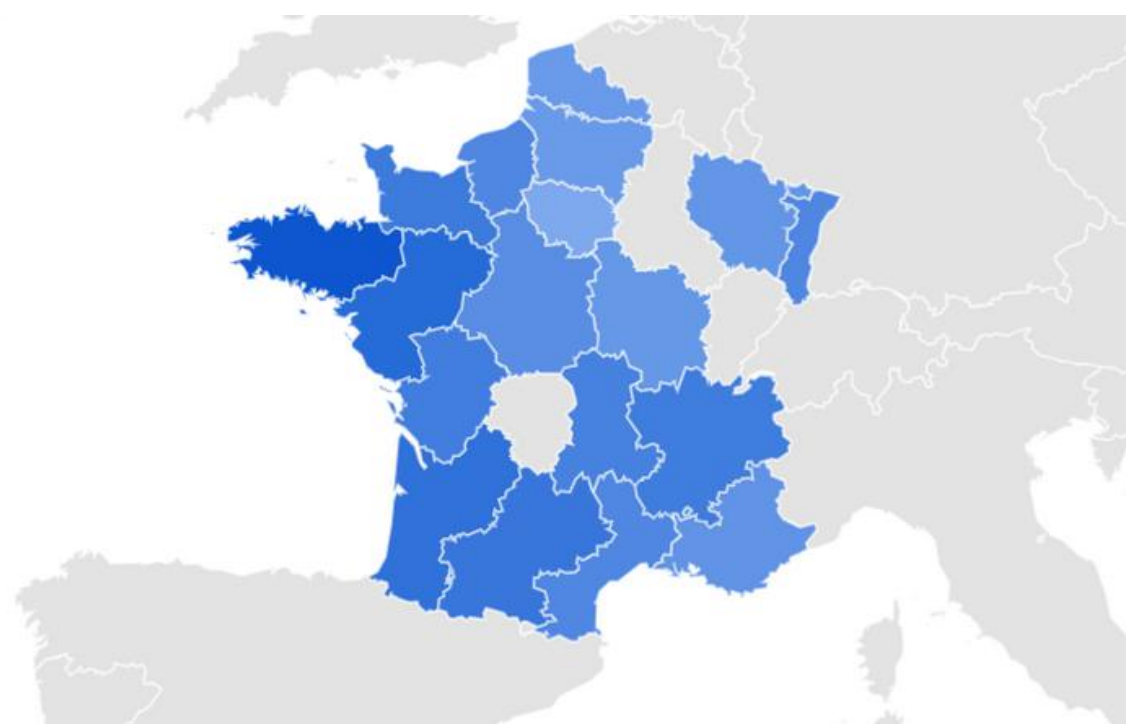
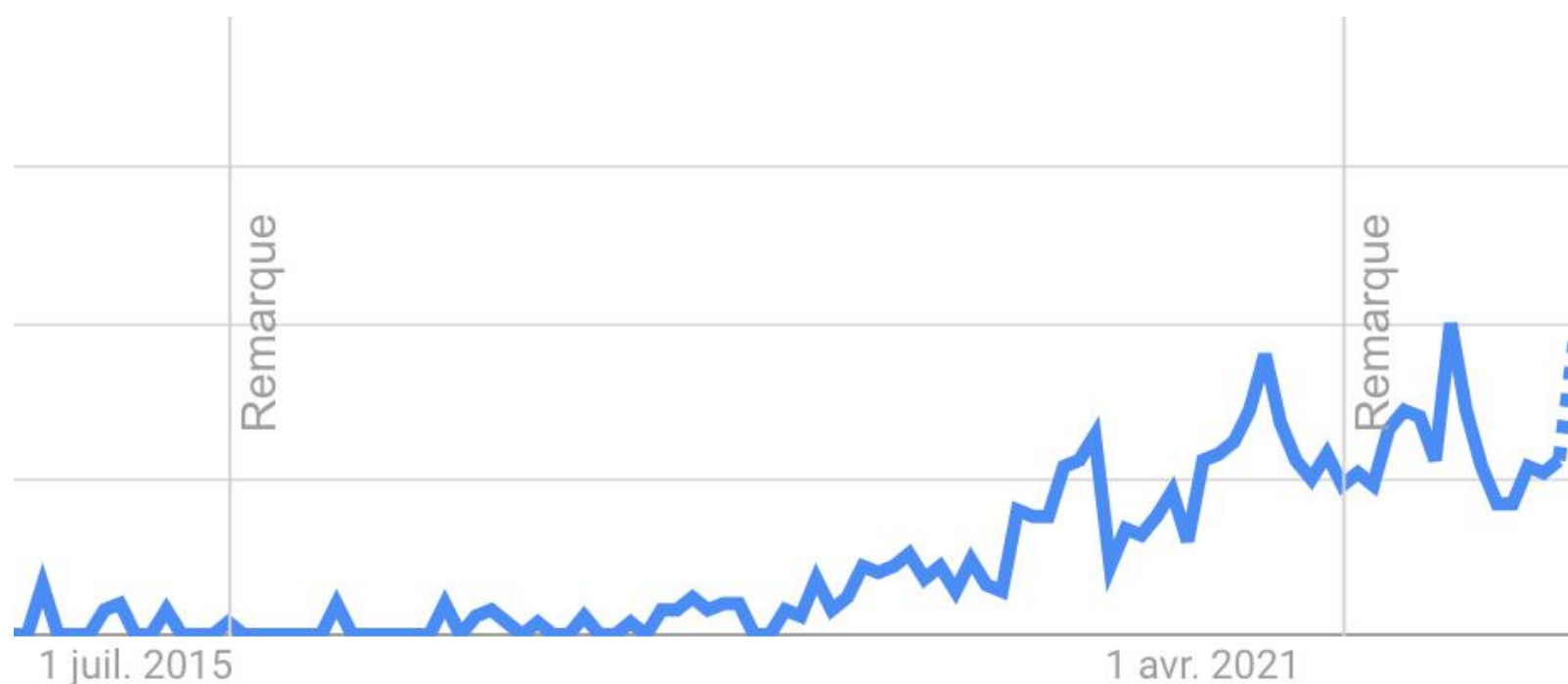
→ Les ventes de camping-cars et autres fourgons aménagés ont progressé de **25%** ces deux dernières années en France.

→ Populaire auprès des influenceurs et des blogueurs de voyage. Des hashtags tels que **#vanlife** et **#vanlifestyle** sont largement utilisés sur Instagram et offrant une visibilité pour cette forme de voyage.

"van aménagé" Google Trends



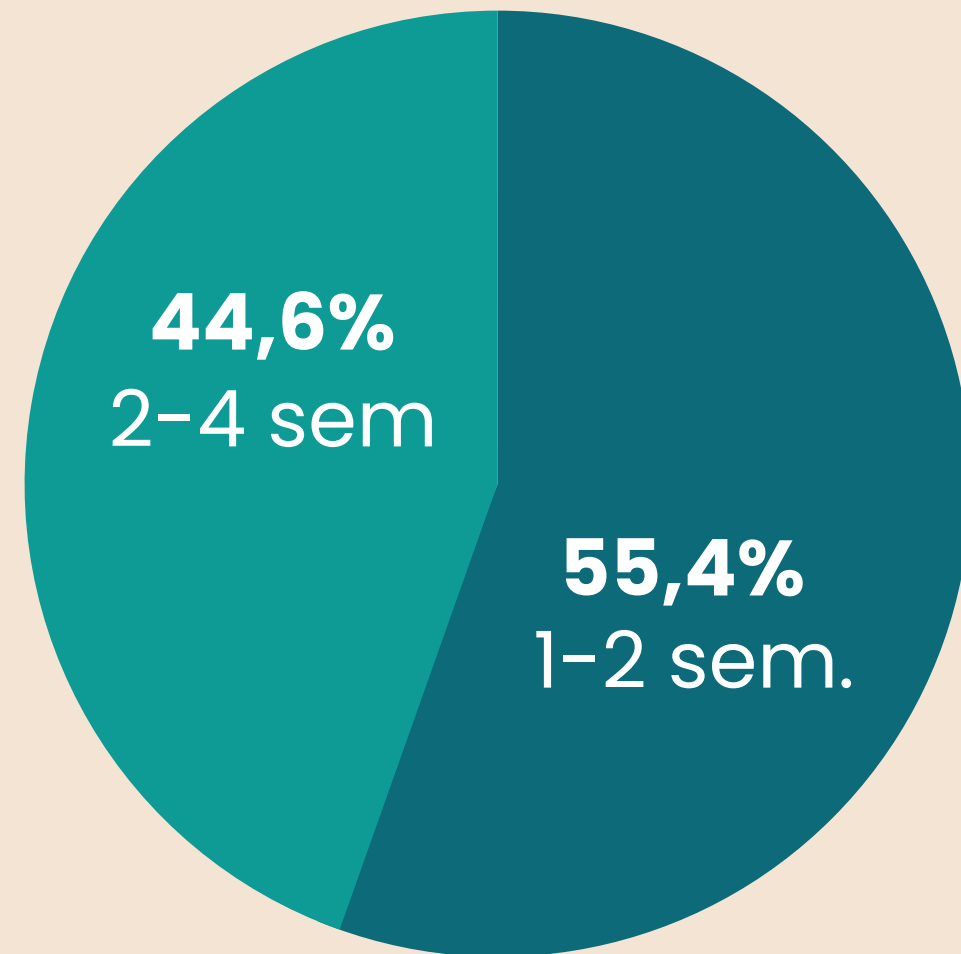
Les recherches en ligne sur le sujet sont également en hausse. Selon Google Trends, le volume de recherches pour "van aménagé" a augmenté de façon significative en France ces dernières années, passant d'un score de 5 en janvier 2016 à un score de 100 en janvier 2022. Ce score de 100 correspond au niveau de recherche le plus élevé pour cette requête sur la période considérée.



"van life" Google Trends

Road-trips : quelle durée ?

Les Français aiment partir en road trip en moyenne...



Enquête menée par le site de voyages
The Wayward Home en 2021

La moitié envisage de **traverser plusieurs pays**

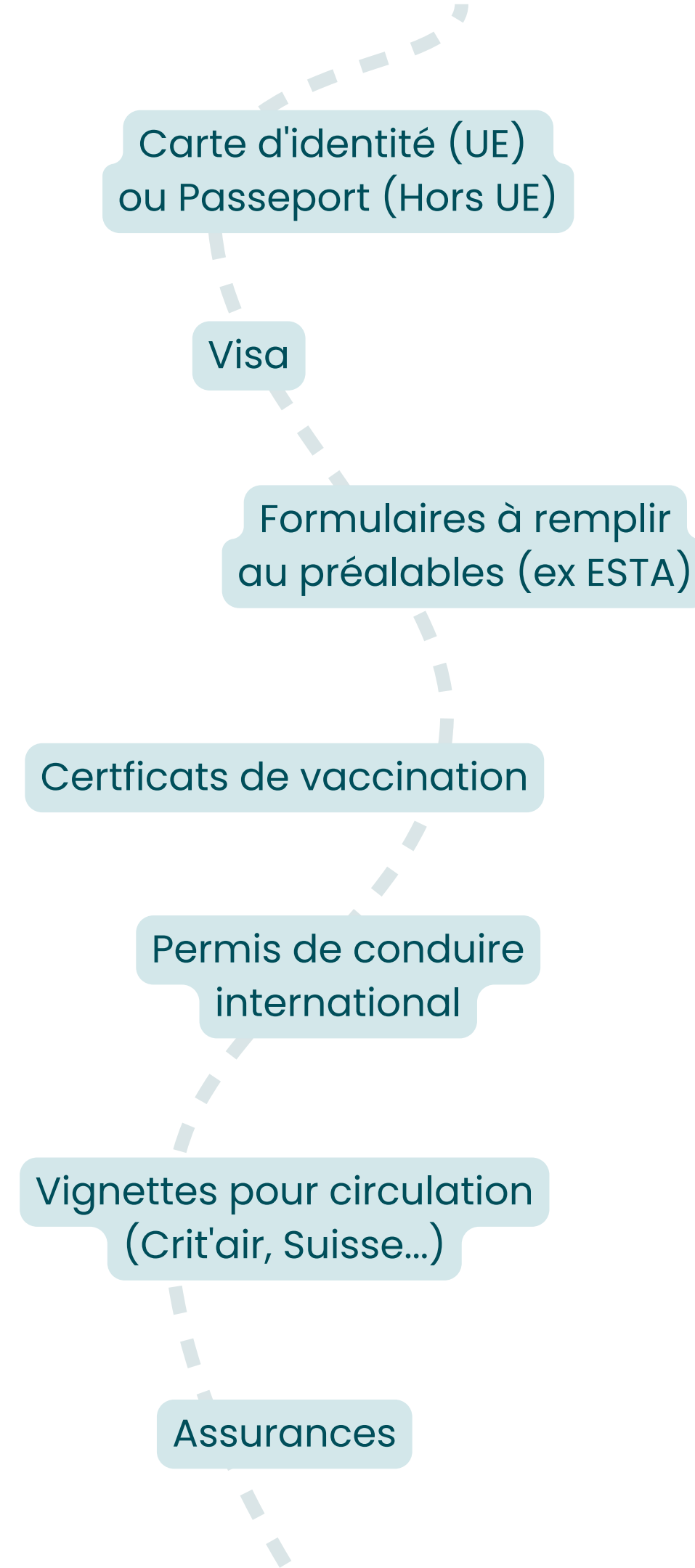
66 %

Avaient l'intention de partir en road trip de plusieurs mois ou plus (contre seulement 42% l'année précédente).

Voyage & documents administratifs...

Une étude de la Commission européenne sur les droits des passagers a révélé que **19% des passagers aériens de l'Union européenne** ont connu des problèmes administratifs tels que des problèmes de visa ou de passeport. Bien que cette étude ne soit pas spécifique aux voyageurs en road-trip, elle souligne les défis potentiels auxquels peuvent être confrontés les voyageurs en matière de formalités administratives.

De plus, selon une enquête de l'entreprise de cartes de crédit Mastercard, publiée en 2019, environ **60% des voyageurs ont déjà perdu ou se sont fait voler leurs documents de voyage** en voyageant à l'étranger. Parmi ces incidents, le **passeport** était le document le plus souvent perdu ou volé.



Comparaison des plateformes iOS & Android



28% des téléchargements

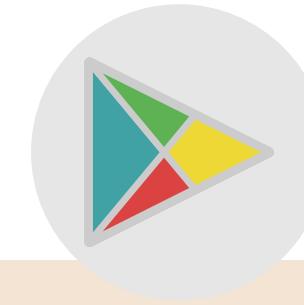
En 2021 : **2.2 millions** d'application sur l'app store, dont **8%** d'applications payantes.

Règles de sécurité **plus strictes** : processus d'examen spécifique, plus long que sur Google.

Normes de qualité élevées menant certaines fois à la "censure". Des applications identifiées comme potentiels concurrents des services Apple peuvent également être rejetées.

Délais plus longs : plus de **90 % des applications iOS sont inspectées dans les 48 heures.**

TestFlight, outil qui permet d'inviter les utilisateurs à tester l'app sur une version bêta d'iOS, d'iPadOS, de watchOS et de tvOS : invitation par email. Les internautes choisis pourront ensuite fournir leurs feedbacks directement depuis TestFlight.



71% des téléchargements
(Plus large éventail de smartphones et tablettes)

3.4 millions d'applications, dont près de **4%** sont payantes

Processus d'examen automatique assez **permissif**. Des applications de faible qualité peuvent donc passer...

24 à 48h pour examiner et approuver une application.
Raccourci à **2h** pour les développeurs qui ont déjà publié des produits sur la plateforme

Différents types de tests, avant que l'application ne soit validée :

- Test du produit auprès d'un groupe restreint d'utilisateurs
- Mise à disposition d'une version bêta auprès de tous les possesseurs de smartphone Android. (Les internautes sont informés que l'application est en test et seront invités à faire part de leurs retours en privé.)

Sondage

Remarques :

Ce sondage nous a permis d'améliorer nos personas mais également de prendre en compte les avis des sondés par rapport au projet que l'on souhaite proposer.

Nous avons réalisé le sondage à l'aide de l'outil Google Forms et nous avons obtenu 164 réponses sur 2 semaines.

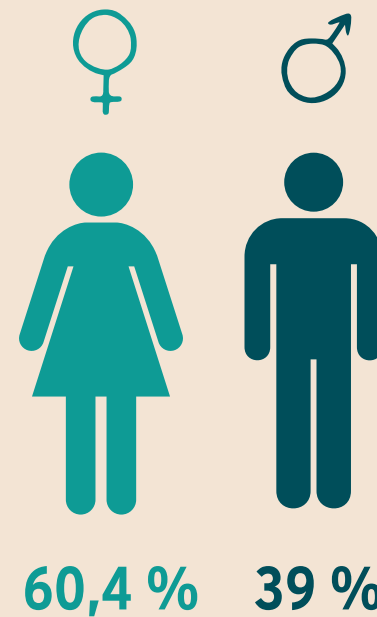
Pour obtenir ces réponses, nous avons publié ce questionnaire sur plusieurs groupes Facebook spécialisés sur le road-trip.

Nous avons décidé de *segmenter* ce questionnaire afin d'être plus précis, ainsi nous nous sommes focalisé sur les tranches d'âge 18-25 ans et 26-35 ans.

Etude Plan'ey

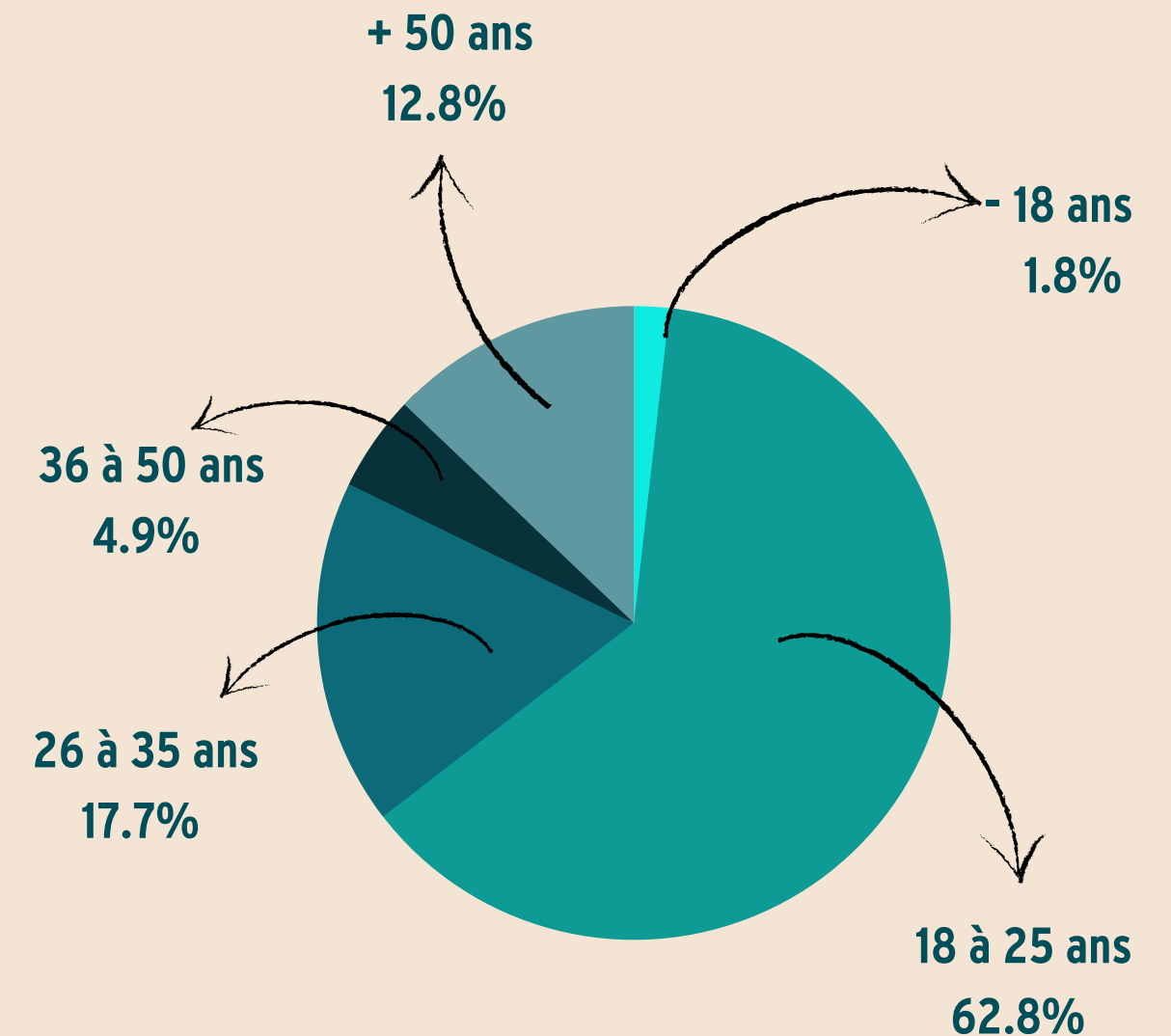
Panel de 164 personnes

cf. Annexe 1



Les 18-25 ans préféreraient voyager :

- Etats-Unis
- Canada
- Japon



Définition de la cible



**Digital Nomad entre
20-35 ans
(cœur de cible)**

Des personnes à leur compte ou en télétravail qui aiment voyager



**Les jeunes célibataires
entre 18-25 ans
(cible primaire)**

Des célibataires en fin d'études ou en congé sabbatique



**Les couples
(cible secondaire)**

Des couples qui souhaitent faire un road trip dans l'année afin de faire un voyage insolite



Pour bien comprendre nos futurs utilisateurs, nous avons réalisé 2 personas.

Un persona est une personne fictive que nous analysons pour la comprendre et comprendre ses besoins.

TOM (CŒUR DE CIBLE)



”
Le monde est grand !

PROFIL

Genre : Homme
Age : 30 ans
Situation : Célibataire
Metier : Designer UI/UX Freelance
Lieu : Grenoble

MOTIVATIONS

Recherche un outil facile pour avoir les documents importants à fournir à l'approche des frontières

Continuer à faire ses voyages seul

BIOGRAPHIE

Tom est un digital nomad en Freelance qui a l'habitude de voyager seul dans des pays insolites et peu touristiques. Il aime découvrir de nouveaux horizons et rencontrer des personnes d'autres cultures. Il travaille avec plusieurs clients et les décalages horaires sont parfois une contrainte pour lui.

LOISIRS

La randonnée

La lecture

La photographie

FRUSTRATIONS

Ne comprend pas quels sont les documents obligatoires à avoir lors de ses déplacements

PERSONALITÉ

Extraverti

Enthousiaste

Rigoureux

RÉSEAUX SOCIAUX

Instagram

Facebook

Tik Tok

SARAH (CIBLE PRIMAIRE)



Il faut vivre ses rêves !

PROFIL

Genre : Femme
Age : 24 ans
Situation : En couple
Metier : Master en Petite Enfance
Lieu : Toulouse

MOTIVATIONS

Besoin d'un outil afin de regrouper ses documents de voyage

Souhaite être au courant des actualités lors d'un changement de pays

BIOGRAPHIE

Sarah vient de terminer son Master en Petite Enfance et avant de commencer sa vie active elle souhaite prendre une pause de 6 mois. Elle a donc décidé de faire un road trip en couple, avec un Van pour faire le tour de l'Europe. Grâce à ses jobs étudiants elle a pu économiser assez d'argent pour se permettre de partir avec son copain.

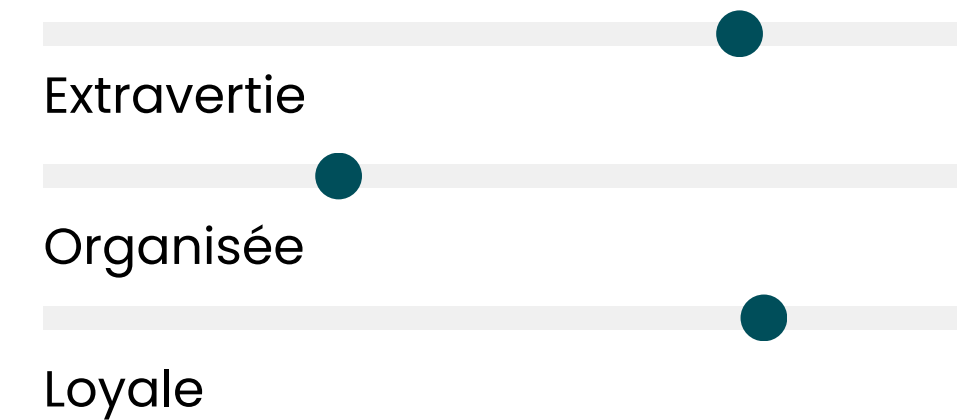
LOISIRS

Bénévolat
Equitation
Culture

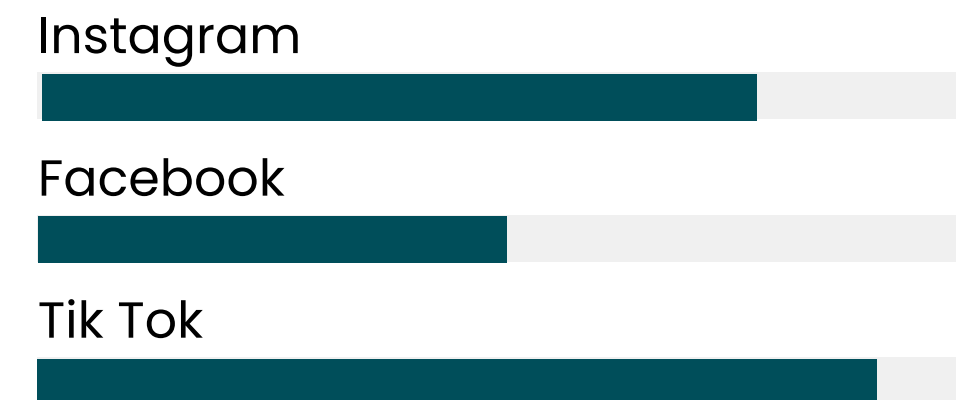
FRUSTRATIONS

Ne trouve pas d'application fiable pour gérer ses documents de voyage

PERSONALITÉ



RÉSEAUX SOCIAUX



Analyse concurrentielle

Nos concurrents directs :

Pour avoir une étude globale du marché sur lequel on souhaite se positionner, nous avons fait une analyse de la concurrence. Cela nous a permis de comprendre ce qui était déjà proposé et ce que nous pouvions apporter en plus.



Plateforme accessible via un site web et une application mobile, qui permet de générer les documents nécessaires pour un voyage en fonction des informations que l'on renseigne.



Site web du Ministère des Affaires étrangères français fournit aux voyageurs des conseils, des alertes de voyage ainsi que des informations sur les aspects administratifs tels que les visas et les passeports.

Analyse concurrentielle

Quelques concurrents indirects :



Ce site web offre des parcours sur mesure pour les voyages en voiture, accompagnés d'informations sur les sites touristiques, les restaurants et les lieux d'hébergement. De plus, il permet d'ajouter des annotations et des documents personnels pour chaque étape du voyage. Surtout, il s'adresse au même secteur que nous, le roadtrip.



Ce site web permet aux utilisateurs de créer un itinéraire de voyage sur mesure et de générer des documents utiles tels que des confirmations de réservation, des cartes d'embarquement, etc.

Analyse concurrentielle

Grille d'analyse

NOM	NOTORIÉTÉ	FACILITÉ D'UTILISATION	INNOVATION	QUALITÉ DU SERVICE	TOTAL
plan'ey	1	3	4	3	11/16
TravelDoc	2	3	3	3	11/16
France Diplomatie	4	3	2	3	12/16

Analyse concurrentielle

Grille d'analyse détaillée (TravelDoc)



Notoriété	L'application TravelDoc n'est pas très connue, mais elle commence à se faire connaître.
Facilité d'utilisation	La plateforme offre une interface assez intuitive et simple d'utilisation
Innovation	L'application offre des fonctionnalités innovantes telles que la reconnaissance optique de caractères (OCR) pour scanner les passeports et les visas, ainsi qu'une fonction de planification de voyage.
Qualité du service	L'application offre une variété de services pour faciliter les démarches liées aux voyages à l'étranger, tels que la vérification des exigences en matière de visa et de passeport, la planification de voyage et la demande de visa en ligne. La qualité des services est jugée bonne par les utilisateurs.

Analyse concurrentielle

Grille d'analyse détaillée (France Diplomatie)



Notoriété	Le site diplomatie.gouv.fr est très connu et reconnu comme étant une source d'information fiable sur les affaires étrangères de la France.
Facilité d'utilisation	Le site web de France Diplomatie nécessite une navigation plus complexe, avec plus de clics et la nécessité de fournir davantage d'informations en sélectionnant les bonnes options, par rapport au site web de TravelDoc.
Innovation	Le site est assez basique dans sa présentation et dans les fonctionnalités proposées. Il n'y a pas de fonctionnalités innovantes qui le distinguent des autres sites gouvernementaux similaires.
Qualité du service	Le site offre une variété de services consulaires et d'informations utiles pour les voyages à l'étranger. Dans l'ensemble, la qualité des services est bonne, mais il y a toujours place à l'amélioration.

Analyse concurrentielle



TRAVELDOC Login

Your trip

Covid-19 has caused widespread disruption to international travel. See all the latest Covid-19 restrictions on our [Covid-19 Infopage](#).

Return One way Connecting flight [?]

From	To	Departure Date 30 May 2023	Return Date 13 June 2023
------	----	-------------------------------	-----------------------------

Your travel documents

Document Type Passport <input type="text"/>	Issued by <input type="text"/>	Nationality <input type="text"/>	Expiry Date 30 May 2024
--	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------

Show child travel rules

By clicking on Submit, you agree to the [Privacy Policy](#) and [Terms and Conditions](#)

Analyse concurrentielle



France Diplomatie

Emplois et concours | Salle de presse | Archives et traités | Français

LE MINISTÈRE | POLITIQUE ÉTRANGÈRE | DOSSIERS PAYS | CONSEILS AUX VOYAGEURS | SERVICES AUX FRANÇAIS | VENIR EN FRANCE

 **Je pars** à l'étranger

 **Je vis** à l'étranger

 **Je viens** en France

Accéder à tous nos services >


DERNIÈRES MINUTES

 **Afrique du Sud | 29 mai 2023**

Partager   


Epidémie de choléra en cours (29/05/2023)
Publié le 29/05/2023 Depuis le 5 février 2023, des cas (...)

 **Kosovo | 27 mai 2023**

Partager   

Tensions politiques et manifestations
Publié le 27/05/2023 Il est recommandé d'éviter de se (...)

 **Honduras | 23 mai 2023**

Partager   

ALERTES

Sécurité au Sahel (07/04/2023)

La menace terroriste au Sahel demeure élevée. Dans ce contexte, le risque d'attentat et (...)

Sécurité des Français à l'étranger - Menace terroriste

Compte tenu des valeurs défendues par la France et de son engagement dans la lutte (...)

COVID-Voyageurs en provenance de Chine (04/01/2023)

France Diplomatie

Emplois et concours | Salle de presse | Archives et traités | Français

LE MINISTÈRE | POLITIQUE ÉTRANGÈRE | DOSSIERS PAYS | CONSEILS AUX VOYAGEURS | SERVICES AUX FRANÇAIS | VENIR EN FRANCE

 Je consulte les conseils par pays / destination

 Je consulte le guide Voyager à l'étranger

 Je m'inscris sur Ariane pour être informé pendant mon voyage

 Je m'abonne au compte Twitter @ConseilsVoyages

 J'enregistre les coordonnées du consulat français

Dernière mise à jour le : 29 mai 2023 - Information toujours valide le : 30 mai 2023

restrictions s'appliquant aux

Dernière minute

Sécurité


Entrée / Séjour

Santé

Infos utiles

Voyages d'affaires

Dernière minute

Pour votre sécurité, inscrivez-vous sur   Vérifiez que vous êtes bien assurés

Date de publication : 29 mai 2023

Epidémie de choléra en cours (29/05/2023)

Publié le 29/05/2023

Depuis le 5 février 2023, des cas sporadiques de choléra sont rapportés en Afrique du Sud, dans un contexte d'épidémie régionale en Afrique Australe. Depuis le 20 mai, le Département de la Santé a lancé une alerte afin que le public prenne toutes les précautions nécessaires dans un contexte d'accélération de l'épidémie, notamment dans les quartiers défavorisés (Townships) du Gauteng (Johannesburg, Pretoria).

Analyse concurrentielle

Notre application

CRITÈRES	NOTATION
Cible principale	Voyageurs effectuant des roadtrips
Avantages concurrentiels	Stockage et génération de documents administratifs en off-line (accessibles n'importe où et n'importe quand)
Prix	Gratuit avec publicités
Disponibilité	iOS et Android

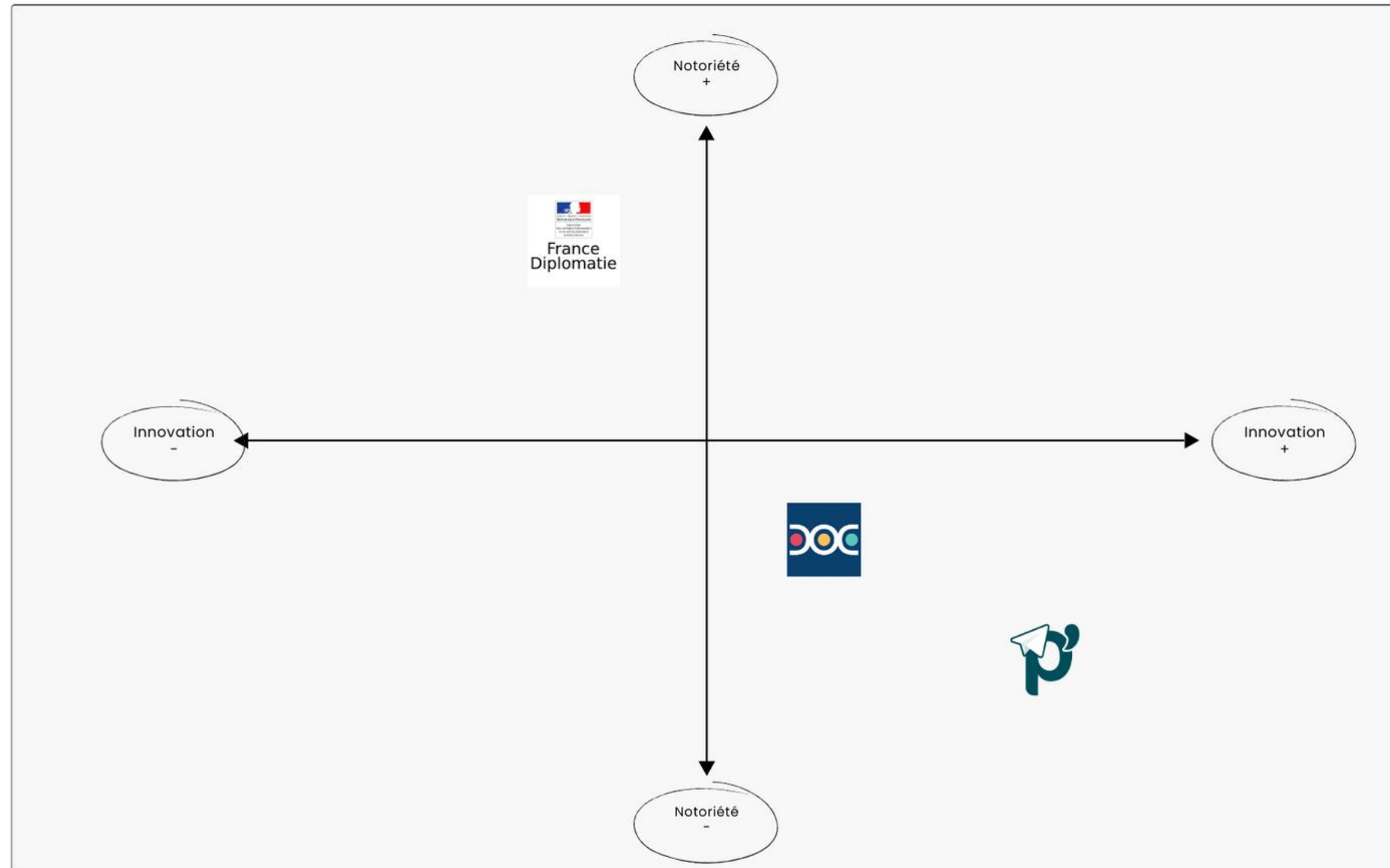
Analyse concurrentielle

Avis utilisateurs (TravelDoc)

☰ Commentaire	⌵ Type	⌵ Catégories
L'homme qui nous a aidé était sympathique	Motivation	Support client
La dame qui travaille ici est extrêmement antipathique. Elle ne veut pas nous donner d'informations	Anxiété	Support client
Site rapide et clair	Motivation	Ergonomie/Utilisation
Il serait utile qu'avant de commencer à remplir le formulaire, il indique quels documents vous devez télécharger. Cela faciliterait encore plus les choses lorsque tout est prêt	Anxiété	Documents
Bien informé de l'état de la situation entre-temps.	Motivation	Information
Rapide et facile à organiser via le site	Motivation	Ergonomie/Utilisation
Ce n'était pas très compliqué à remplir	Motivation	Documents
Un service convivial	Motivation	Support client
Un site clair, les informations sont bien décrites	Motivation	Ergonomie/Utilisation
tout le processus est bien expliqué et nous avons été tenus informés de chaque action	Motivation	Information

Analyse concurrentielle

Mapping concurrentiel



Notre positionnement

Promotion	Produit
SEO, SEA Marketing d'influence Marketing d'affiliation Backlinking sur les blogs de voyage et les sites spécialisés Newsletter	Application mobile de gestion et de stockage de documents administratifs Génération de documents préremplis Application principalement en off-line Possibilité de synchroniser ses documents en créant un compte
Place	Prix
Disponible en téléchargement sur les plateformes mobiles (App Store, Google Play) Landing Page	Gratuit avec publicité (VI)

Notre positionnement

Proposition de valeur

Quelle valeur (promesse) apportons-nous au client ?

Nouveauté

Peu de réponses à la demande des clients pour un outil d'accompagnement aux documents administratifs lors des voyages/road trips

Personnalisation

Chaque document stocké dans l'application est adapté aux besoins spécifiques des utilisateurs

Accompagnement

L'objectif principal de l'application est d'accompagner les utilisateurs dans leurs démarches administratives liées aux voyages en road trip

Accessibilité

Les documents administratifs sont directement stockés sur le téléphone mobile de l'utilisateur, ce qui les rend accessibles n'importe où et à tout moment

Notre positionnement

Océan bleu

Très peu voir pas de concurrence

Sans équivalence sur le marché

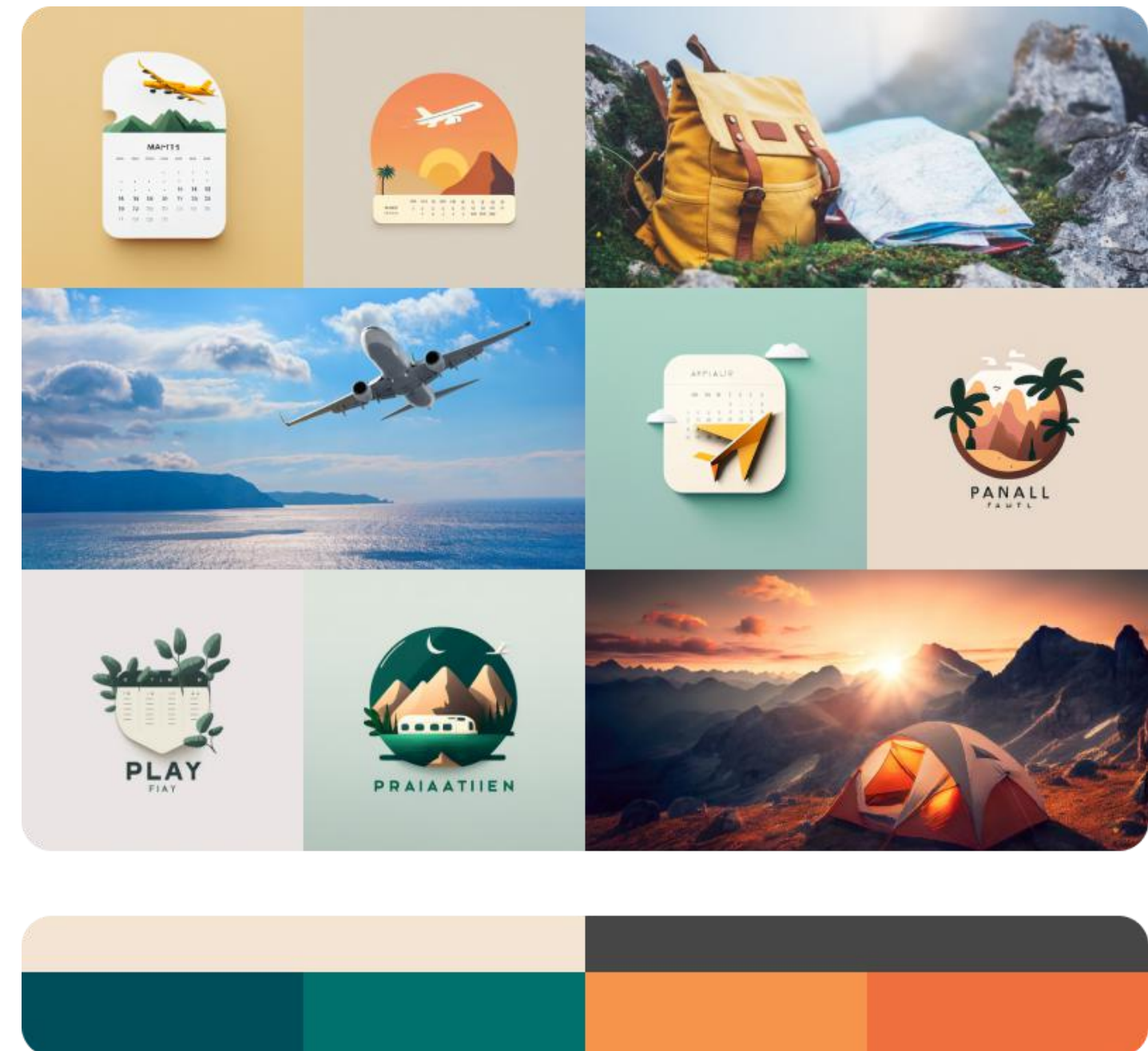
Créer et captiver une nouvelle demande

III. Plateforme de marque

Identité visuelle - Moodboard

Le moodboard a été réalisé pour la conception de ce document et peut-être ré-utilisée en tant qu'inspiration pour la conception et le développement de nouveaux concepts ou idées associées à l'entreprise.

Pour la mise en place de celui-ci, nous avons souhaité souligner les idées de voyage et de sérénité. Aussi, nous avons utilisé l'outil d'intelligence artificielle Midjourney afin de générer des logos dans l'ambiance désirée.



Identité visuelle - Couleurs

Nous avons fait le choix d'une palette de couleur qui allie couleurs chaudes et couleurs froides, pour rappeler le thème du voyage. À la fois l'été, le soleil, l'hiver, la couleur de l'eau, de la terre...

Les couleurs White et Dark Grey ont également un rôle de sobriété en même temps de rappeler le jour et la nuit.

White
#F3E4D4
R243, G228, B212

Dark grey
#464646
R70, G70, B70

Light orange
#F6944C
R246, G148, B76

Orange
#F06F3E
R240, G111, B62

Green
#00716C
R0, G113, B108

Blue
#004E5A
R0, G78, B90

Identité visuelle - Typographie

Utilisation de la police d'écriture CoconPro avec la graisse Regular pour le nom de l'entreprise ainsi que diverses utilisations spécifiques comme de la numérotation de page par exemple.

La taille de la police est libre.

CoconPro REGULAR

ABCDEF abcdef 1234567890

Identité visuelle - Typographie

Utilisation de la police d'écriture Interstate Condensed avec les graisses Regular ainsi que Bold pour les titres et sous-titres.

La taille de la police doit être de 24px, 30px, 36px, 42px, 48px ou 54px (sur une base d'un affichage en 72dpi).

Interstate Condensed REGULAR
ABCDEF abcdef 1234567890

Interstate Condensed BOLD
ABCDEF abcdef 1234567890

Identité visuelle - Typographie

Utilisation de la police d'écriture Poppins avec les graisses ExtraLight, Regular ainsi que Bold pour les textes.

La taille de la police doit être de 12px, 18px ou 24px (sur une base d'un affichage en 72dpi).

Poppins EXTRALIGHT
ABCDEF abcdef 1234567890

Poppins REGULAR
ABCDEF abcdef 1234567890

Poppins BOLD
ABCDEF abcdef 1234567890

Identité visuelle - Logotype

Version complète et simplifiée du logo de l'entreprise.

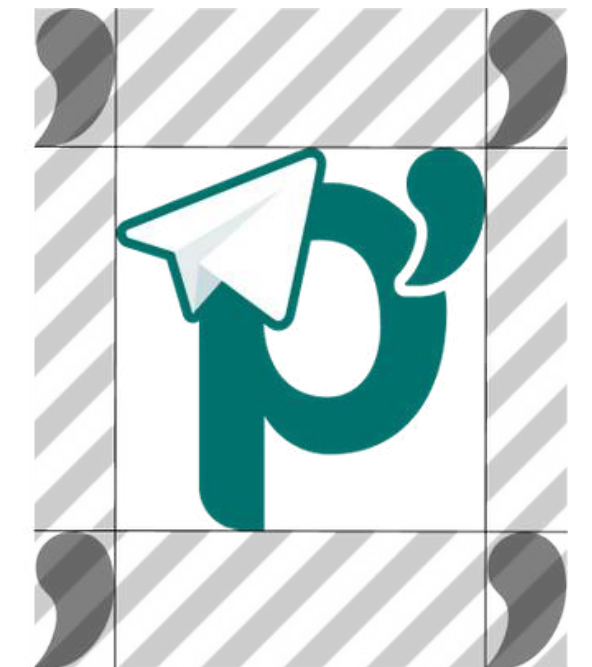
Pour respecter la lisibilité du logo, la version en couleur "Green" doit être utilisée sur fond clair, tandis que la version en couleur "Light Orange" doit être utilisée sur fond sombre.



Identité visuelle - Logotype

Voici les zones de sécurité des deux versions du logo.

Aucun élément non relatif au logo ne doit se trouver dans cette zone pour assurer la bonne lisibilité du logo.



Identité visuelle - Logotype

Voici les cas d'utilisation non autorisés du logo pour assurer la lisibilité de ce dernier.

Ces cas d'utilisation non autorisés le sont aussi pour la version simplifiée.



Changer le ratio



Changer l'inclinaison



Changer les couleurs



Changer un (ou plusieurs) élément(s)

Charte éditoriale



La charte éditoriale est un document de référence qui assure une cohérence des contenus.



Ce document pose le cadre de la communication éditoriale en rassemblant les rédacteurs de contenus autour d'un style partagé et d'un langage commun.



Cette charte éditoriale donne des pistes d'idées de contenus en adéquation avec les objectifs. La ou le community manager peut les suivre et les étoffer au cours de son activité. Cependant, cette charte n'a pas pour but d'être modifiée régulièrement.

Présentation de la marque

Plan'ey est une application qui naît avec la promesse de faciliter la vie en road trip. En effet, nous souhaitons nous positionner en tant que première application qui accompagne les personnes durant leur road trip.

Valeurs de la marque

Notre marque est basé sur 3 valeurs :

La **confiance**, qui se crée avec notre communauté par notre langage et notre transparence. Cette relation permet aux voyageurs de se sentir en confiance lors d'ajouts d'informations pour générer les documents administratifs sur l'application.



Charte éditoriale

La **sécurité** de nos voyageurs en vérifiant régulièrement les informations proposés (documents administratifs mis à jour / alertes proposés sur l'application)

L'**innovation**, toujours pousser plus loin l'innovation, les idées, les nouveautés, les nouveaux procédés, etc.

Donc, la personnalité de la marque se définit comme **chaleureuse, joyeuse et fiable**.

Ton utilisé

- Registre courant
- Termes compréhensibles par tous
- Utilisation de hashtags
- Parler avec le pronom nous : notre entreprise
- Utilisation du "Tu" pour parler à notre cible
- Utilisation d'emojis : , , , , , ,

Thématiques à éviter pour l'entreprise :
La politique, les salaires, la religion

Mise en page

- Equilibre entre texte et image
- Structure claire et ordonnée pour l'utilisateur
- Mise en place de photos libres de droit

Style rédactionnel

- Phrases courtes ou moyennes avec des majuscules et minuscules
- Chiffres et nombres pour les dates et les prix
- Champ lexical : road trip, van, van aménagé, voyage, aventure, libre, monde, paysage, organisation, préparer

SEO et mots clés

- Référencement avec backlinks, landing page
- Récurrence du mot road trip, van, voiture, voyage ...
- Mise en gras des mots importants et penser aux call to action

Charte éditoriale



Pourquoi ?

Notoriété et acquisition

Ton :

Léger, informatif, sympa
(emojis etc..)

Thématique :

Mettre en avant l'application,
partage de conseils, astuces

Quel format ?

Photos, vidéos assez courtes et
storys



Pourquoi ?

Générer de la visibilité

Ton :

Sérieux mais léger

Thématique :

Mettre en avant l'application,
parler des événements futurs
et partenariats

Quel format ?

Photos, vidéos avec quelques
informations écrites



Pourquoi ?

Générer de la visibilité grâce au
format Tik Tok

Ton :

Sympathique, décontracté

Thématique :

Destination à aller pour un road
trip, vanlife, conseils

Quel format ?

Vidéos

Charte éditoriale

Landing page :

Objectifs :

- Inciter les internautes à venir sur notre site et à les faire télécharger l'application
- S'abonner à nos réseaux sociaux pour booster la visibilité
- S'abonner à la newsletter, collecte de données grâce à l'emailing
- Les faire adhérer au concept

Ton :

Utilisation du pronom « nous » pas de « je », titres assez courts, champ lexical autour du road trio « van, voyage etc.. », pas de langage technique, phrases simples. Pour les appels à l'action, utiliser des verbes comme « télécharger, s'abonner, recevoir etc... »

Pour le site :

Prévoir des images et des textes, faire des textes assez courts, utiliser un ton de proximité, prévoir de mettre à jour le site régulièrement avec des photos et/ou articles de blogs.

Pour le blog :

Nous intégrons une section blog afin d'optimiser notre référencement naturel. Optimiser le choix des mots clefs, miser sur la qualité plutôt que sur la quantité. Thématique : mises à jour de l'application, des actualités sur le road trip, des conseils sur son van etc.

Charte éditoriale

Communication interne

Comment ? De façon sympathique et joyeuse

Tonalité graphique : Respecter la charte graphique de l'entreprise (typographie, couleurs, syntaxe)

Communication externe

A pour but l'information et la connaissance de notre application, avec ses avantages, utilisation de photos de qualité et texte pour illustrer le contenu.

Fréquence de publication régulier qui va en lien avec les réseaux sociaux.

Supports : utilisation du print lors d'événements, pour en donner lors de partenariats
Pour le digital : adopter les supports pour Mac, pc, téléphones et tablettes.

A woman in a brown jacket stands next to a red SUV with a roof rack on a road. The background shows mountains and trees. The image is overlaid with a dark teal color.

IV. Gestion de projet

Répartition des rôles

Inès Letellier : Chef de projet.

L'idée de plan'ey étant née d'Inès, c'est naturellement que l'équipe a fait le choix de ce rôle. Elle gère le projet dans sa globalité, s'assure de l'avancement des différentes tâches, a des compétences dans chacun des axes du projet pour s'assurer du bon déroulement des choses.

- Missions : étude de marché, budget, business plan, planning détaillé, fixer les objectifs, élaborer les différentes stratégies avec l'équipe

Julien Noyelle : Graphiste et UX/UI designer.

Julien s'occupe de toute la partie créative de plan'ey. De l'élaboration du logo à l'identité visuelle. Il a également supervisé et réalisé les maquettes de l'application avec Lisa. Notre équipe n'ayant pas de développeur, les compétences de Julien ont permis à l'équipe de comprendre les différentes problématiques et les enjeux techniques, et ainsi de prendre des décisions en ce sens, au delà d'un simple prototype.

- Missions : Charte graphique, wireframes, maquettes, landing page, approche technique, parcours utilisateur, détail des fonctionnalités, guide utilisateur

Lisa Brédy : UX/UI designer... mais pas que !

Lisa, par son intérêt prononcé pour l'UX/UI design, s'est partagé le travail avec Julien pour mettre au point les maquettes de notre application, des wireframes au prototype, en passant par le parcours utilisateur et le test d'utilisation. Mais Lisa a également prit part à l'élaboration de la stratégie de communication, grâce à de nombreuses compétences dans ce domaine.

- Missions diverses : wireframes, maquettes, landing page, test utilisateur, parcours utilisateur, stratégie de communication

Répartition des rôles

Nell Heidrich : Chargée de communication & Webmarketing

Avec de solides compétences dans le domaine de la communication et du marketing digital, Nell a élaboré la stratégie de communication, la charte éditoriale, identifié les problématiques et les leviers en collaboration avec l'équipe, afin de mettre au point une stratégie durable et efficace.

- Missions diverses : Définition de la cible, conception et analyse du sondage, personas, charte éditoriale, stratégie et plan de communication, leviers, réseaux sociaux, sélection d'influenceurs, recherche de partenariats

Ubeyit Canli : Référencement et analyse

Ubeyit s'est chargé d'analyser notre environnement, notamment notre concurrence, et ainsi d'en déduire notre positionnement. Par la suite, il a défini une stratégie de référencement naturel et payant, en effectuant une recherche de mots clés et une analyse de ceux-ci. Il a veillé à ce que notre stratégie d'acquisition vise notre cible définie et nous permette de répondre à nos objectifs.

- Missions diverses : Analyse concurrentielle, positionnement, SEO, SEA

Outils collaboratifs :

Pour mener à bien ce projet en terme d'organisation et de communication, nous utilisons différents outils.

Le cadrage, plan de communication de l'équipe :

Les méthodes :

- Brainstorming
- QQQQCP
- Diagramme de Gantt

Conduite de réunion :

Les différents types de réunion d'équipe qui rythment la phase d'exécution :

- Les réunions d'avancement pour mesurer les écarts entre ce qui a été produit et ce qui est attendu ainsi que les modifications du GANTT
- Les réunions de résolution de problèmes pour traiter les points durs
- Les réunions téléphoniques collaboratives entre membres de l'équipe

Les outils de communication utilisés :

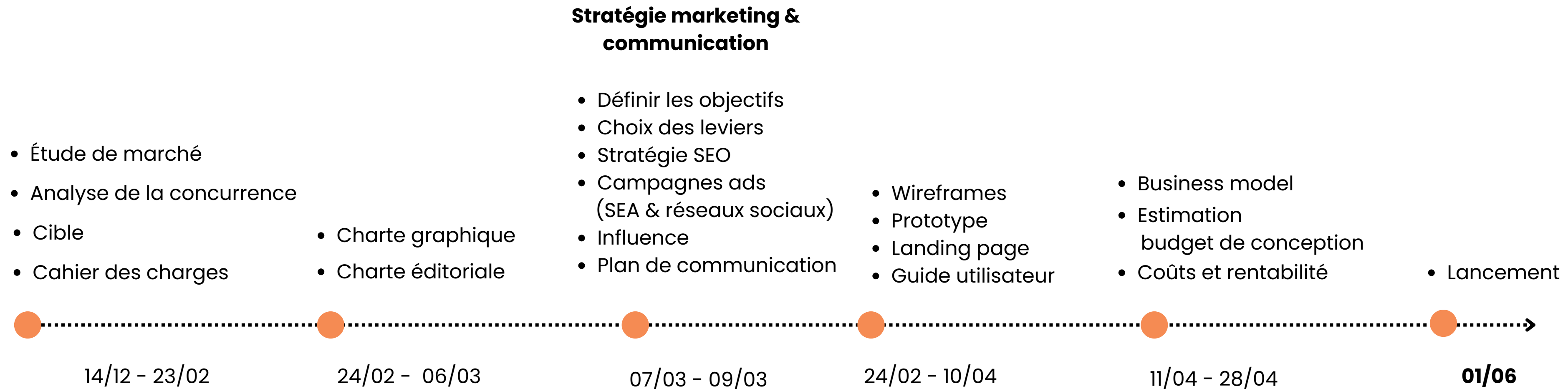


Les outils de gestion de projet utilisés :



Dates clés de plan'ey

cf. Annexe 2 Digramme de Gantt



Estimation de budget

Les coûts de conception de plan'ey

Développement

N'ayant pas de développeur dans notre équipe, nous avons du faire appel à un service externe. Ainsi, nous avons dans un premier temps élaboré notre cahier des charges en définissant précisément les fonctionnalités de plan'ey. Nous avons transmis ce cahier des charges à un développeur qui a estimé notre budget de développement à **19 120€ pour 46 jours de travail**

cf. Annexe 3 devis

Design

La création de notre identité visuelle et de nos maquettes est assurée par Julien, avec l'aide de Lisa. Dans un premier temps, nous avons fait le choix de nous rémunérer au SMIC jusqu'à atteindre la rentabilité, c'est à dire à N+3. Si nous devions estimer les coûts liés à la charte graphique et aux maquettes, ils représenteraient **140h de travail soit 1612,80 € brut**

cf. Annexe 4 budget & rentabilité

Gestion de projet :

Dans notre cas, la chef de projet, Inès, est également rémunérée au SMIC jusqu'à totale rentabilité. Pour la conception du projet, du mois de décembre au mois de juin, cela représenterait environ **10254€ brut** (estimation car non prise en compte de la revalorisation du SMIC en janvier & mai 2023)

Estimation du coût total de conception : **environ 30986€**

Les différents coûts

- Achat d'ordinateurs : 10 000€ TTC
- Suite Adobe : 73,49€ TTC/mois
- Canva pro équipe : 13,99€ TTC/mois
- Brevo (newsletter) : 19€ TTC/mois dès N+1
- Hébergement web : 13,19€TTC / mois via OVH pro
- Semrush : paiement annuel de 1199,4€ TTC
- Notion en équipe : 96€TTC/an

- Retour à notre investisseur de 10% de CA
- Intérêts du crédit sur 10 ans à 2%
- TVA à payer (TVA collectée - TVA à déduire)

- Coûts de communication : influenceurs, ads, partenariats

- Commission Apple store : 99€TTC/an + 30% CA mensuel
- Commission Google Play Store : 29€ TTC paiement unique + 15% CA mensuel

Modèle économique



Quelle source de revenus ?

V1

Utilisation gratuite avec publicité

Notre premier objectif est de gagner en notoriété, d'attirer des utilisateurs qualifiés, et de se créer une base de données. Une version gratuite va dans ce sens, dans l'attente d'obtenir les premiers retours.

Une possibilité de paiement unique d'un montant de **4,99€** (montant moyen sur ce type d'achat) sera disponible pour retirer les publicités.

Ce modèle ne nous permettra pas d'obtenir une rentabilité, car les revenus estimés sont à moins de **5€ par jour** avec les publicités.

V2

Abonnement premium

Après avoir créé une base d'utilisateurs estimée d'après les opérations de communication engagées, nous proposerons dès N+1, à Juin 2024, la possibilité de souscrire à une offre premium de **6,99€/mois** (montant défini après veille).

Cette offre proposera de nouvelles fonctionnalités, comme la possibilité d'obtenir des suggestions de trajets personnalisés, de trouver les meilleurs sports pour van/camping car, pour se garer ou pour remplir la réserve d'eau, et bien d'autres...

Le modèle gratuit publicité/paiement unique restera en place en parallèle.

Rentabilité sur 3 ans

La mise en place de notre modèle économique, de notre stratégie de communication et de webmarketing, un emprunt à la banque, la participation des investisseurs, ainsi que notre apport personnel, nous permettent d'atteindre une rentabilité au bout de 3 ans.



**Rentabilité atteinte à
Avril 2025**

Pour se faire :

- Apport de 75 000€
- Emprunt de 155 000€ à taux d'intérêt de 2%
- Participation des investisseurs à hauteur de 80 000€ avec un retour de 10% de CA mensuel
- Stratégies de communication alliant différents leviers digitaux
- *(cf. Marketing & Communication)* et des partenariats avec des influenceurs, nous permettant d'atteindre nos objectifs de visibilité et de conversion.

Pour consulter le tableau de calcul, en entier cf. Annexe 4, ou "budget plan'ey.xlsx" dans le dossier zip

V. Maketing & communication

Objectifs

1. Se faire connaître

Consacrer notre campagne de communication à notre notoriété. Notre objectif principal est de nous faire connaître auprès d'une cible qualifiée durant les trois premières années.

2. Convertir

Générer des téléchargements, puis des achats (suppression des publicités, souscription premium en V2). Taux de conversion de 3% la première année, évolutif à N+1 puis N+2

Stratégie de communication

Axe de communication :

Pour notre application, nous allons déterminer un axe de communication majeur qui sera inhérent à notre identité. Notre communication sera plus Online que Offline, cependant d'ici les années à venir nous orienterons notre stratégie de communication et marketing en 360°. Le but principal sera d'accroître notre notoriété. De cette manière, nous pourrons faire connaître notre application au plus grand nombre tout apportant une valeur ajoutée à notre cible souhaitant l'utiliser.

En partant sur un seul axe de communication, nos messages seront principalement des contenus orientés sur ce que l'on veut transmettre, soit de faire connaître l'application. Nous allons également partager du contenu informatif, des conseils, des découvertes, des idées de lieu à visiter, toujours en lien avec le road trip.

Problématique :

Faire connaître l'application et en faire une référence dans le domaine des road trips

Objectifs généraux :

Maximiser le taux d'engagement et réussir le passage de la version freemium à la version premium.

Objectifs :

Cognitif : Développer la notoriété de l'application. Faire savoir que l'on existe en informant sur le produit, ses avantages, ses attributs, ses qualités, ses valeurs. Susciter l'attention de la cible.

Affectif : Jouer sur le registre de l'émotion, susciter l'intérêt des utilisateurs et travailler sur l'image.

Stratégie de communication

Cibles :

Cœur de cible : Des personnes à leur compte ou en télétravail qui aiment voyager.

Cible primaire : Des jeunes en fin d'études ou en congé sabbatique.

Cible secondaire : Des couples souhaitant faire un road trip dans l'année afin de faire un voyage insolite.

Positionnement :

Durable : la variété des cibles permettent une croissance continue.

Attractif : visuels attrayants et distinctifs : Plusieurs fonctionnalités réunies en une application (alertes lors des déplacements, stockage des formulaires, partage des formulaires etc.) et une application proposant un service online et offline sur le marché.

Moyens de communication :

Nos moyens de communication seront multiples afin d'être en corrélation avec nos objectifs et nos cibles.

En premier, nous avons choisi le site type landing page qui va permettre de mettre notre application en avant pour son lancement. Sachant que ce type de site n'a pour but que d'éveiller l'intérêt des internautes tout en leur montrant qui nous sommes et ce que l'on propose. La partie blog proposera également du contenu informatif qualitatif.

Les réseaux sociaux (Instagram, Tik Tok et Facebook) seront notre levier principal pour nous faire connaître, développer notre image de marque et communiquer.

L'animation des réseaux sociaux se fera avant le lancement de l'application pour mettre en place une communauté et attiser sa curiosité, pendant le lancement et après le lancement pour continuer à faire grandir la communauté, informer et proposer du contenu original.

Stratégie de communication

Nous mettrons en place également une newsletter, pour la campagne de lancement ou autres. Cela permet aux utilisateurs d'être au courant sans être surchargés de messages.

Toujours dans l'optique de lancer l'application, il est pertinent pour nous d'être présent lors d'événements comme des festivals dédiés à la "vanlife" mais aussi des salons dédiés aux start-up afin d'élargir notre réseau de connaissances.

De plus, il est pertinent de réaliser une campagne dédiée spécifiquement au lancement de notre application en collaborant avec des influenceurs qui partagent leur road trip afin d'en parler sur leurs différentes plateformes.

Ces influenceurs permettront de faire connaître notre application à leurs communautés à travers des vidéos, posts ou articles via leurs réseaux sociaux.

Nous allons utiliser nos réseaux sociaux avec les comptes officiels de l'application pour communiquer à travers des posts ou des storys.

Ces différents axes constitueront notre priorité. En fonction des moyens octroyés et au fil du temps, nous intégrerons chacun des leviers proposés ci-après, au fur et à mesure, en partant en priorité sur les leviers digitaux.

Choix des leviers

SEO : Par le biais de notre landing page. Le référencement naturel est le meilleur moyen de nous faire connaître à long terme, d'avoir une vraie crédibilité auprès de nos cibles, et donc de générer plus de téléchargements et d'utilisation de notre application.

SEA : Il nous permettra, par le choix de mots clés stratégiques, de nous faire connaître sur une période et une zone géographique donnée auprès d'une plus large audience toujours qualifiée. Elle est à plus court terme que le SEO mais offre une plus grande visibilité sur des périodes et mots clés stratégiques.

Réseaux sociaux : Instagram, Facebook, TikTok : contenu + ads
Proposer du contenu sur les différents réseaux sociaux nous permettra non seulement de nous faire connaître mais aussi de nous créer une communauté. Chacun des réseaux choisis attirera la cible d'une manière personnalisée. Nous miserons aussi sur les publicités sponsorisées sur les réseaux sociaux afin d'attirer une plus large audience qualifiée à des périodes stratégiques (lancement de l'application, saisons de tourisme...)

Marketing d'influence : Par le biais des réseaux sociaux et des blogs pertinents. Des micro-influenceurs pertinents sélectionnés pour la qualité de leur contenu pourront nous aider à nous faire connaître auprès de notre cible.

Marketing d'affiliation : Etre recommandé par des articles de blogs et différents sites web nous aidera à renforcer notre visibilité ainsi que notre crédibilité.

Newsletter : Entretenir un lien avec nos utilisateurs, fidéliser, réengager

Leviers

- **Landing page**

Notre landing page permettra de mettre en avant notre application et de démontrer notre professionnalisme.

Le site présentera l'application avec un lien de redirection vers le Google Play Store et l'Apple Store.

Les textes seront optimisés avec les bonnes pratiques du SEO ainsi que des mots-clés pertinents.

Un **onglet blog** sera directement intégré au site web afin d'augmenter notre trafic et d'être mieux référencé. Sur ce blog il y aura différents sujets comme des conseils pour bien préparer son road trip en van, des astuces, l'aménagement du van etc.

Le site se veut épuré afin de conserver son intérêt premier ainsi qu'une redirection efficace vers l'application mobile. Il permet aussi de ne pas perdre l'utilisateur dans une masse d'informations.

Il reprend le design de l'application pour les couleurs. Un encadré bien visible vient mettre en avant les liens de téléchargement de l'application.

Leviers

- **SEO**

Notre stratégie SEO se basera sur notre landing page

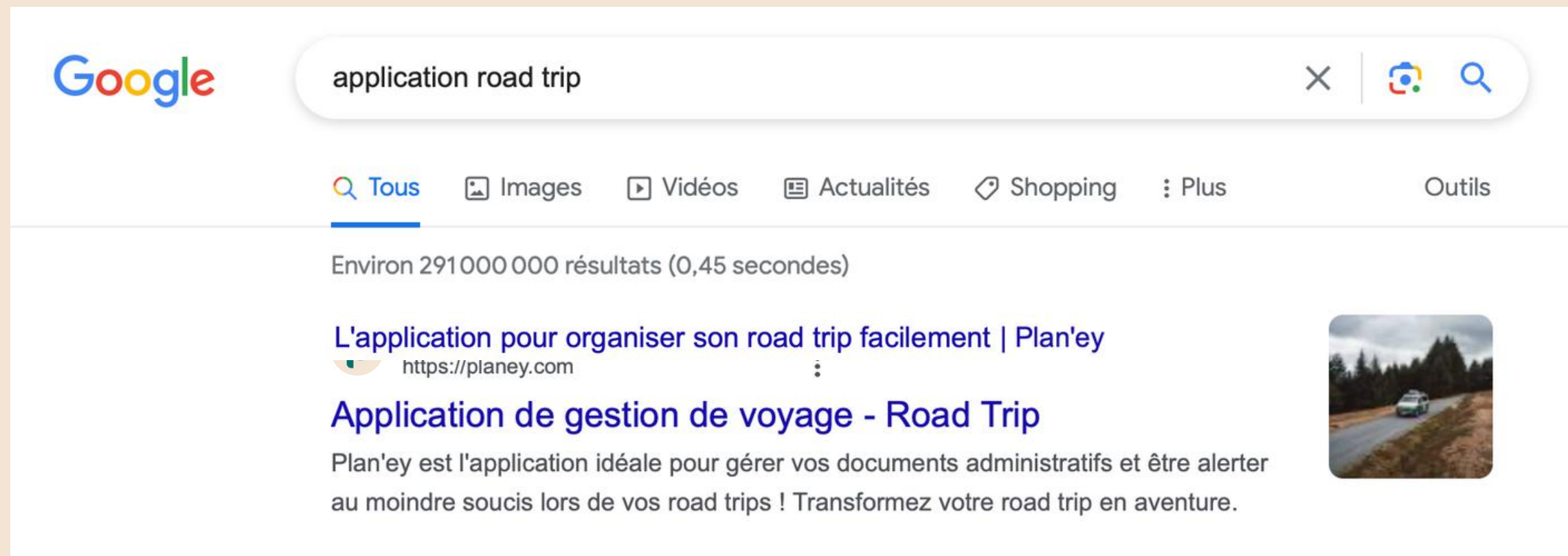
- Optimisation SEO de la page : Mots clés, structure (balises html), maillage interne, images (poids, balises alt) , rapidité, responsive, sécurité du site (https)...
- Ajout d'une rubrique blog où différents articles seront postés régulièrement afin de se positionner sur des longues traînes, des questions autour du monde du voyage et du road-trip, des procédures administratives de voyage et autres sujets pertinents autour de notre activité. De plus, une mise à jour régulière avec du contenu de qualité favorisera notre crédibilité et donc notre position dans la SERP
- Déployer une stratégie pour obtenir des backlinks : rédiger des articles invités pour des blogueurs voyage, proposer du contenu qualitatif en échange de backlinks vers notre landing page/blog

Leviers

- Aperçu de notre sélection de mots-clés stratégiques

Mot-clé	Concurrence	Volume de recherche	CPC
road trip europe	Faible	900	0,15€
van aménagé	Moyen	40 500	0,11€
application road trip	Faible	260	0,24€
road trip van	Faible	500	0,48€
road trip France	Moyen	1 900	0,48€
van life	Moyen	9 900	0,78€
document de voyage	Faible	480	0,21€
application voyage	Faible	880	0,60€
planificateur de voyage	Elevé	480	0,42€

Leviers



- Voici à quoi va ressembler notre affichage lors d'une recherche sur les moteurs de recherche comme Google.

Leviers

- **SEO sur les stores mobiles :**

Afin d'être bien référencé sur les stores mobiles, il est important de prendre en compte les critères de pertinence de Google Play et d'Apple Store.

Les deux stores possèdent plus ou moins les mêmes algorithmes d'évaluations des critères (cf. le tableau).

Ainsi, il est important de définir 2 ou 3 **mots clés** pertinents pour être positionné dans les résultats de recherche. Ces mots clés peuvent être inscrits dans le titre et dans la description de l'application.

Google Play
Titre de l'application
Description de l'application
Catégorie
Icône de l'application
Captures d'écran
Commentaires
Notes
Liens externes & Google+
Nombre d'installation
Taux de désinstallation
Evolution des installations
Utilisateurs actifs

Apple Store
Titre de l'application
Mots-Clés
Catégorie
Icône de l'application
Captures d'écran
Commentaires
Notes
Nombre d'installation
Evolution des installations
Utilisateurs actifs

Leviers

- **SEA**

Étant nouveau dans le marché, la réalisation de campagnes, Ads serait un bon levier.

Il permettrait de nous positionner au plus haut des recherches et donc augmenter le trafic vers notre application.

Dates :

Pendant et après le lancement

Type de recherche :

Objectif : Promotion d'une application

Se positionner sur des mots-clés principaux :

Thèmes de mots clés sélectionnés :

vanlife ✕ road trip ✕ préparer son voyage ✕
voyage en camping car ✕ organisation de voyage sur mesure ✕
road trip europe ✕ itinéraire road trip ✕ application de voyage ✕
application road trip ✕ documents pour voyager ✕

[+ Nouveau thème de mot clé](#)

Diffuser des annonces en Français ▼

Leviers

- **SEA**

Se positionner au niveau géographique :

Sur le territoire national & pays francophone

Diffuser vos annonces à proximité d'une adresse


Diffuser vos annonces dans des zones spécifiques (codes postaux, villes ou régions)

Andorre Belgique

France Luxembourg

Monaco Suisse

Ajoutez un code postal, une ville, un état ou u...



Google Données cartographiques ©2023 Google Conditions d'utilisation

Prix :

Offre de lancement : Google offre 400€ en annonces.
9,50€ de CPC Max/jour pour chaque campagne

Budget alloué au mois :

289€ maximum

9,50 € budget quotidien moyen

· Budget mensuel max. : 289 €

Obtenez une estimation des clics sur l'annonce (390 - 1 090) chaque mois

Annonce · www.planey.com

Application pour road-trip | plan'ey app | Un road trip serein

L'application incontournable pour vos road-trips en toute sérénité. plan'ey vous accompagne sur les routes.

Leviers



- **Ads Réseaux sociaux**

Plateformes :

Meta business (Facebook & Instagram), TikTok

Budget alloué :

Le format choisi a pour objectif d'acquérir de la notoriété durant les trois premières années. Nous fonctionnerons au CPM (Coût par mille impression)

Sur Facebook & Instagram, cela représente environ 5€ par jour pour 1000 impressions par jour.

Sur TikTok : 4€ par jour pour le même objectif.

La première année, nous visons un taux de conversion de 3%. Cet objectif évoluera chaque année à mesure que notre notoriété augmentera.

N+1 : objectif de 4%

N+2 : objectif de 5%

Ce taux de conversion vise un nombre de téléchargement au mois. Sur ce nombre de téléchargement, ce même taux de conversion est conservé pour estimer la part d'achats réalisés sur l'app (suppression des pubs, puis version premium pour la V2)

Leviers

- **Community management sur les réseaux sociaux**

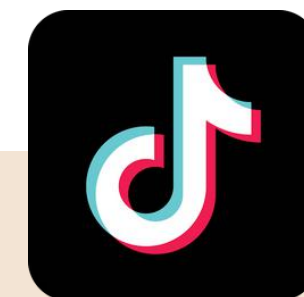
cf Annexe 5 pour consulter les réseaux sociaux



- 86% des 18-29 ans l'utilisent (notre cible)
- Contenu visuel et esthétique populaire : adapté à notre activité
- Dynamique : un contenu régulier nous mettra en avant par l'algorithme
- Notoriété, fidéliser, engager, se démarquer de la concurrence en créant une communauté active



- 1 milliard d'utilisateurs
- 70% des utilisateurs ont -35 ans
- Voyage = un des 7 principaux centres d'intérêt du réseau
- Différents formats : réels, stories, posts
- Idéal pour les partenariats et l'influence
- Visuel, nous permettra de diffuser notre identité de marque, notre couleur, créativité
- Régularité = mise en avant



- 9 millions d'utilisateurs actifs en France
- 87% d'utilisateurs entre 18 & 44 ans (cible)
 - 37% : 18-25 ans
 - 20% : 26-34 ans
- Visuel et dynamique
- Opportunités de partenariats avec de nombreux influenceurs
- Large visibilité avec la "for you page"
- Meilleur taux d'engagement

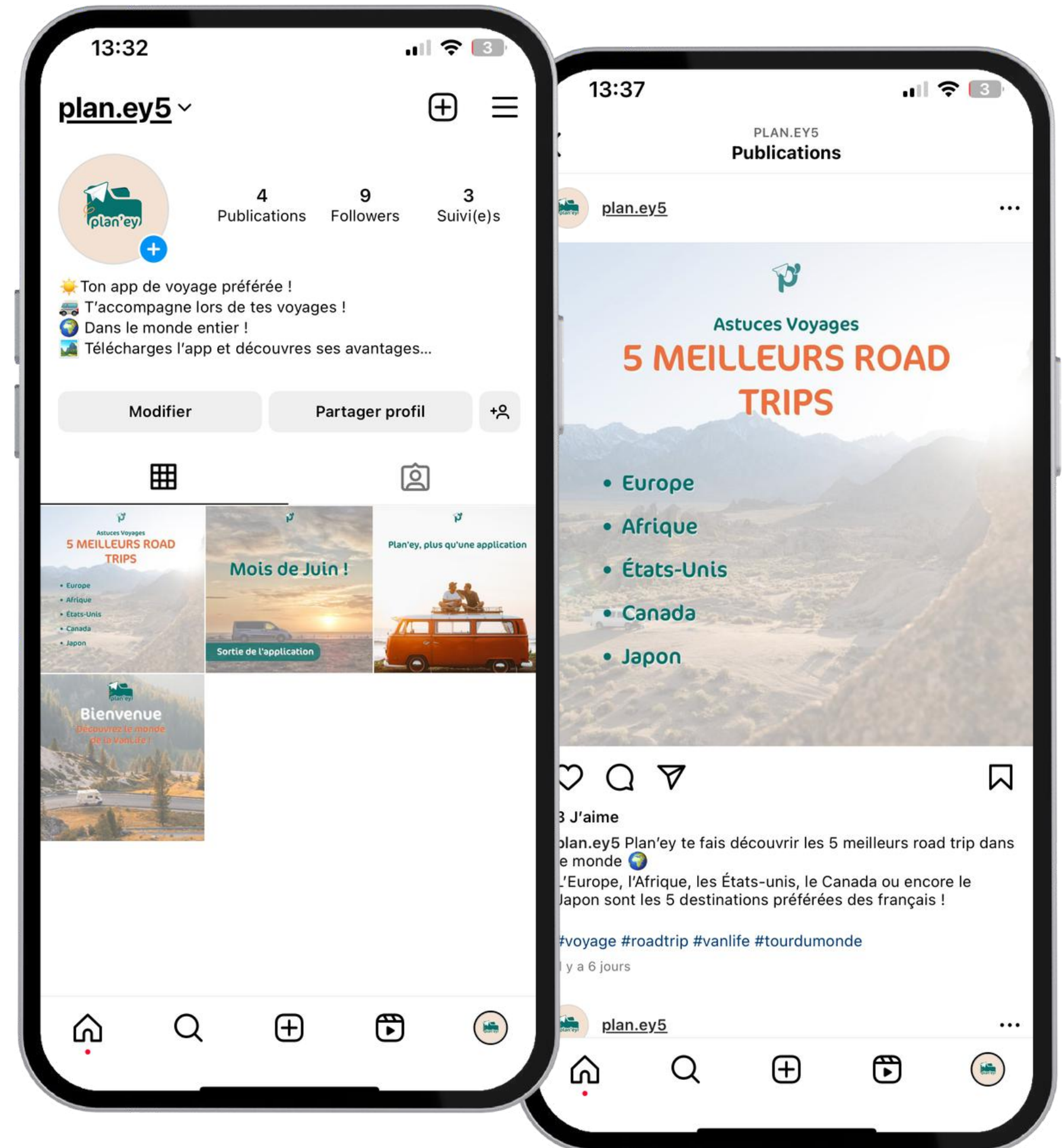
Leviers



Nous avons réalisés différents posts Instagram pour accroître notre notoriété avant le lancement. La création du compte Instagram a été effectuée le 25/04/2023. Le compte sera alimenté régulièrement par Nell notre chargée de communication.

Quelques hashtags ciblés au volume de publication intéressant :

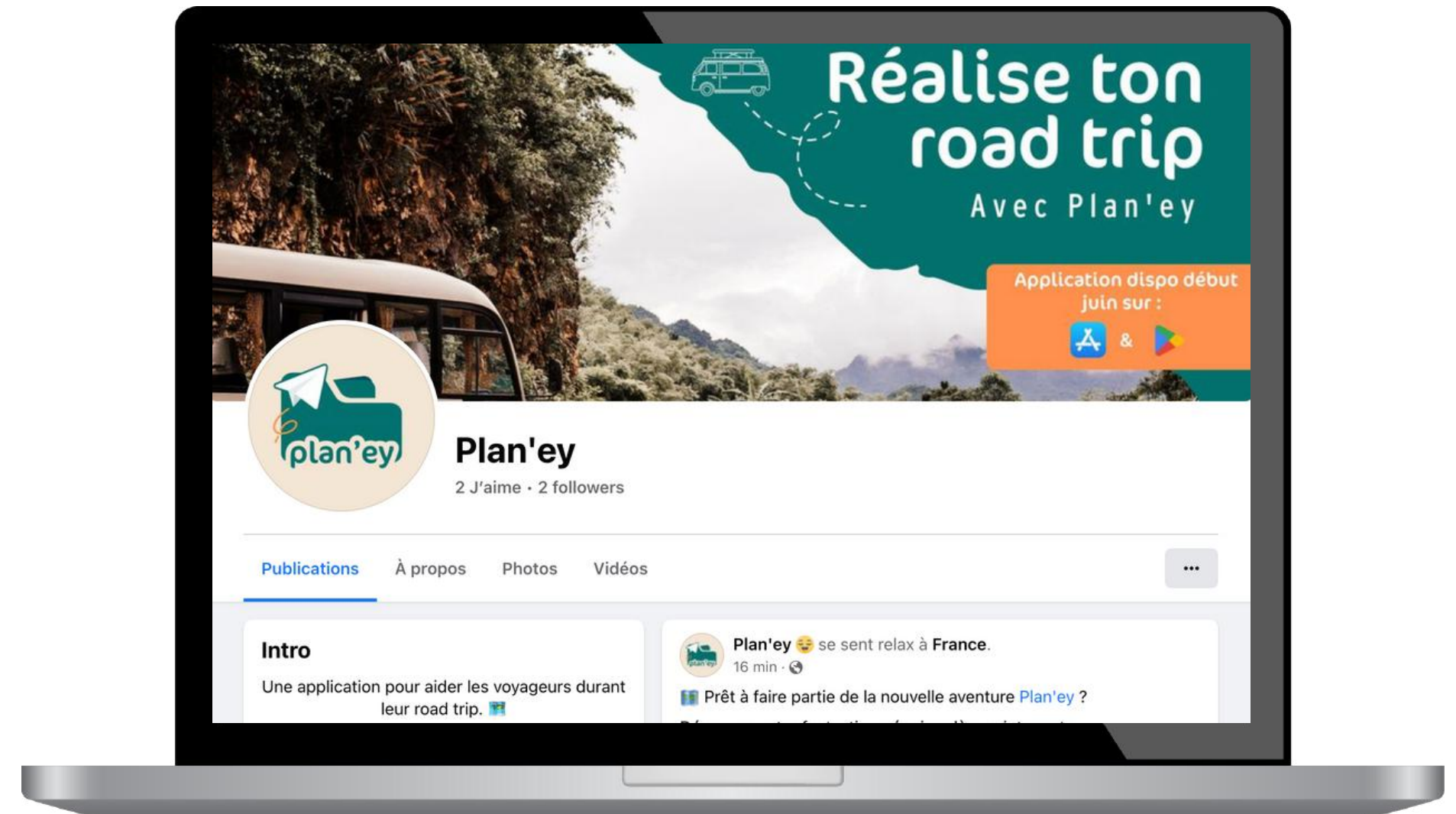
#vanlife #roadtrip #tourdumonde #voyage #travel
#traveladdict #vanlifestyle #roadtrippin #vacances
#van #voyageursdumonde



Leviers



Nous avons crée un compte Facebook afin de publier du contenu sur les nouveautés de l'application, les futurs salons et événements que nous assisterons.



Leviers



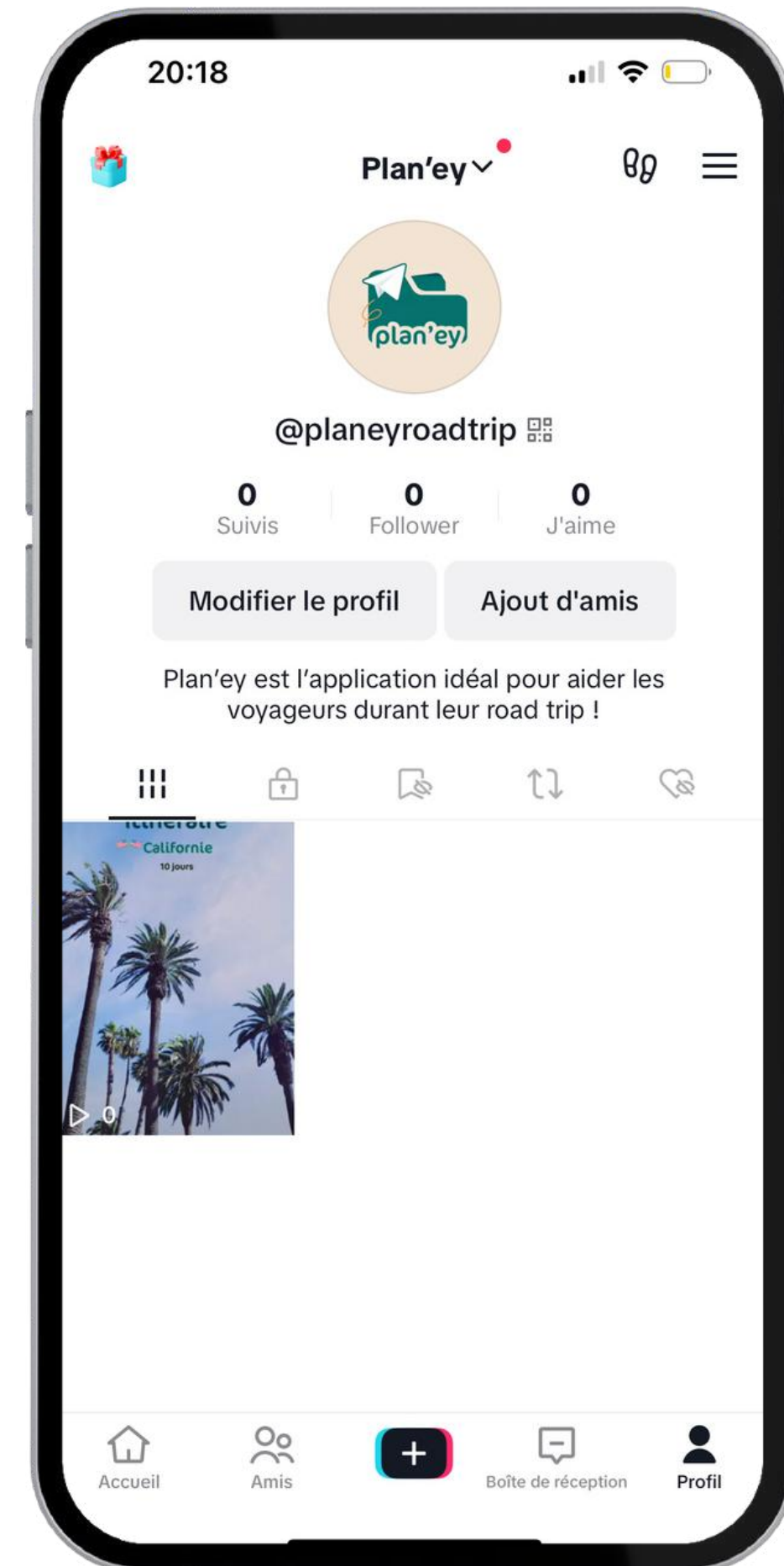
Sur Tik Tok, nous publierons des vidéos type "Les 10 choses à ne pas oublier avant de partir en road trip" mais également des idées d'itinéraires à faire dans un pays.

- Vidéo tik tok : [à voir ici](#)

Quelques hashtags ciblés au volume de publication intéressant :

#vanlife #roadtrip #tourdumonde #voyage #travel
#traveladdict #roadtripessentials

#fyp ou #foryoupage pour apparaître dans le fil d'actualité



Leviers

Aperçu de notre calendrier éditorial

● Publié	 Road-trip au Canada : notre itinéraire parfait !	Article de blog	21 avril 2023
● Publié	Check-list road trip : les documents indispensables	Article de blog	28 avril 2023
● Publié	Publication de bienvenue 	Instagram	1 mai 2023
● Publié	 Comment organiser son van aménagé pour un road-trip	Article de blog	5 mai 2023
● Publié	Présentation de plan'ey	Instagram	8 mai 2023
● Publié	Présentation de plan'ey	Facebook	9 mai 2023
● Publié	 Conduire en Australie : les 5 commandements d'un road	Article de blog	12 mai 2023
● Publié	Annonce de la date de sortie	Instagram	15 mai 2023
● Publié	Annonce de la date de sortie	Facebook	15 mai 2023
● Publié	Annonce de la date de sortie	TikTok	15 mai 2023
● Publié	 Top 10 des meilleurs road-trips aux USA	Article de blog	19 mai 2023
● Publié	5 meilleurs itinéraires de road-trip	Instagram	22 mai 2023
● Publié	 Conseil et infos pour expérimenter la Vanlife	Article de blog	26 mai 2023
● Publié	Présentation de plan'ey	TikTok	26 mai 2023
● En cours	Story compte à rebours	Instagram	29 mai 2023
● Révision	Où partir en road-trip en 2023 ?	TikTok	1 juin 2023
● En cours	Choisir le bon van pour son road-trip	Article de blog	2 juin 2023

Leviers

Aperçu de notre calendrier éditorial

● Idée	<u>Plutôt van aménagé, camping car ou voiture ?</u>	Facebook	5 juin 2023
● Idée	<u>Plutôt van aménagé, camping car ou voiture ?</u>	Instagram	5 juin 2023
● Idée	<u>10 choses à ne pas oublier avant de partir en road trip ?</u>	TikTok	8 juin 2023
● Idée	<u>10 choses à ne pas oublier avant de partir en road trip ?</u>	Instagram	8 juin 2023
● Idée	<u>10 choses à ne pas oublier avant de partir en road trip ?</u>	Facebook	8 juin 2023
● Idée	<u>Comment réagir en cas de perte de documents à l'étranger</u>	Article de blog	9 juin 2023
● Idée	<u>Présentation de l'équipe plan'ey</u>	Facebook	12 juin 2023
● Idée	<u>Présentation de l'équipe plan'ey</u>	Instagram	12 juin 2023
● Idée	<u>Les immanquables en Norvège</u>	Article de blog	15 juin 2023
● Idée	<u>Les 10 choses à ne pas faire à l'étranger</u>	TikTok	15 juin 2023
● Idée	<u>Top 10 des destinations à ne pas manquer en Afrique</u>	TikTok	19 juin 2023

Leviers

Influenceurs

Afin de gagner en notoriété auprès de notre cible, nous avons choisi de collaborer avec des micro-influenceurs proposant régulièrement du contenu sur les différentes plateformes au sujet du road-trip ou encore de la vanlife, très tendance sur les réseaux sociaux ces dernières années, et toujours en hausse.

L'avantage des micro-influenceurs, c'est qu'ils ont une communauté plus engagée. Tout en ayant un nombre d'abonnées et donc une visibilité intéressante, leur taux d'engagement est souvent plus intéressant, et leur contenu plus ciblé.

Les influenceurs choisis exercent sur Instagram, TikTok, et Youtube, les plateformes les mieux dédiées à cette activité. Nous avons choisis deux influenceurs ayant à la fois un compte Instagram et Tiktok actif et sur le même sujet afin de construire un partenariat solide à long terme, et un influenceur Youtube pour toucher une cible large sur du contenu plus développé.



Justine WDM

- Instagram : 148,1K followers
- TikTok : 136,8K followers

Sweetvanlife

- Instagram : 117,1K followers
- TikTok : 233,5K followers

Gregsway

- Youtube : 353,5K followers

Sweetvanlife : TikTok + Instagram

Prix : 2500€ TikTok + un budget de 5000€ pour 1 post Instagram et 3 stories



TikTok



Sweetvanlife

sweetvanlife · France · Français langue

Créateur de contenu & photographe pro - 🏠 J'habite Toulon et voyage en van 🚐

Abonnés

233.5K +2% par 30 jours

Excellent niveau

Fréquence des publications

3/semaine

Niveau moyen

Taux d'engagement

3.08% -0.4%

@sweetvanlife a un ER de 3.08%. Ce ER est inférieur à la fourchette de 6.2—8.3%, qui est considérée comme la moyenne parmi tous les autres comptes similaires



Instagram



Ben & Poppy le van

@sweetvanlife · France · Français langue

VOYAGE | RANDONNÉE | PHOTOGRAPHIE | BRICOLAGE 📷 Photographie & vidéo verticale 🏠

Abonnés

117.1K +10% par 30 jours

Excellent niveau

Taux d'engagement

11.04% -3.6%

Justine WDM : TikTok + Instagram

Prix : 1500€ TikTok + un budget de 5000€ pour 1 post Instagram et 3 stories



Justine WDM

justinewdm

Montana 🐶 Léon 🐱 Marcelle 🐶 🚗 Bernie - Aménagé par nos 🙌 MADE IN JURA 🌲

Abonnés

136.8K 0% par 30 jours

● Niveau moyen

Taux d'engagement ?

11.74% +1%

Moyenne des vues par publicatio...

10.2K -55.5%

● Excellent niveau

16.67% des publications correspondent à l'onglet « Pour vous »

Fréquence des publications ?

< 1 par semaine

● Niveau faible



Instagram



JUSTINE WDM I

@justinewdm • France • Français langue

Les aventures de : 🐶 Montana 🐱 Léon & Marcelle 🚗 BERNIE BOXER L3H2

Abonnés

148.1K +3% par 30 jours

● Excellent niveau

Taux d'engagement ?

8.82% +1%

Gregsway : créateur de contenu YouTube

Prix : 2500€ en moyenne par vidéo



Gregsway

Gregsway  • Belgium • Français langue

Des aventures avec deux roues minimum, proches ou lointaines.

Abonnés 

353.5K +0.3% par 30 jours

● Niveau faible



Fréquence de vidéos 

1/semaine

● Niveau faible

Catégories 

Voyages

Vues sur 30j 

89.7K

Moyenne des vues 

89.1K par vidéo

↓ 8.6%

Engagement moyen 

4.6K par vidéo

↓ 11%

Taux d'engagement 

4.86% -0.1% par 30 vidéos

Leviers

- **Newsletter**

Grâce à la collecte d'adresses mail via notre sondage, nous allons réaliser des campagnes de newsletter. Nous prévoyons d'avoir une fréquence de 2 mails par mois.

Nous avons choisi de réaliser quelques newsletter pour : se faire connaître par nos cibles et pour leur donner envie de télécharger l'application & ne pas se faire oublier de nos utilisateurs.

Newsletter 1 : Annonce de bienvenue et invitation à télécharger l'application


Newsletter 2 : Petit rappel pour découvrir l'application + conseils voyage

- L'envoi de newsletter sera régulier pour fidéliser, réengager, entretenir le lien

Prix : Contrôlé via l'outil **Brevo** (anciennement Sendinblue)

1ère année : 0€, jusqu'à mai 2024, 300 mails/jours envoyés

2ème année : Version payante à 19€/mois. 20000 mails/mois + analyses des campagnes



Découvre les 5 meilleurs road trips à faire !



LES 5 MEILLEURS ROAD TRIPS
Europe
Afrique
États-Unis
Canada
Japon

LE SAIS-TU ?

La Van Life a conquis tous les adeptes de voyage. Cette pratique consiste à voyager dans un van aménagé pour partir à la découverte de plusieurs endroits à travers le pays, sur différents continents ou à travers le monde. Ce nouveau mode de voyage est né de l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).



3 BONNES RAISONS DE FAIRE UN ROAD TRIP

- LE PLAISIR
- LA DÉCOUVERTE
- LE CHALLENGE

REJOINS-NOUS SUR 

Télécharge l'application

Téléchargez sur l'App Store

DISPONIBLE SUR Google Play

Se désabonner

Plan de communication

Campagne Année N	Avril	Mai	Jun 2023 (lancement)	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Influenceurs														
Justine WDM (Instagram post & 3 stories + 1 Tiktok)			■			■				■				■
Sweetvanlife (Instagram post & 3 stories + 1 Tiktok)			■			■				■				■
Gregsway (1 vidéo youtube)			■			■				■				■
Autres sponsoring ponctuel				■	■				■			■	■	
Ads														
Instagram			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Facebook			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tiktok			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Google														
Newsletter (300 mails/jours max)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Contenu réseaux sociaux	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Leviers offline														
Affichage														
Sponsoring														
Événements				■	■									■

VI. Approche technique

Cahier des charges

plan'ey



Sommaire

Cahier des charges pdf disponible dans le dossier zip "Annexes"

1 - Objectifs du projet

2- Périmètres du projet

3- Détail des fonctionnalités

4- Technologies choisies

5- Les contraintes juridiques

1 - Objectif du projet

1 - Quel est le but du projet ?

L'objectif du projet est la création d'une application permettant de préparer, aider et d'accompagner **les voyageurs effectuant un road-trip ou traversant plusieurs frontières**. Celle-ci permettrait :

- De lister/rappeler et de stocker les documents administratifs nécessaires pour le trajet, pour le voyageur et ses accompagnants (documents, visas, formulaires à remplir au préalable, vignettes pour la circulation, permis de conduire, certificats de vaccination...).
- D'accompagner les utilisateurs tout au long du voyage pour simplifier la partie administrative du trajet grâce à un système offline et des fonctionnalités online (*cf. détails des fonctionnalités*)

2 - Quels sont les indicateurs de succès ?

Pour savoir si notre projet fonctionne, il faudrait connaître le nombre de téléchargement de l'application, les revenus liés aux publicités sur l'application, l'option de paiement pour avoir l'application sans pubs ainsi que le trafic et le nombre de clics sur la landing page.

3 - Modèle économique envisagé

Dans un premier temps, afin de pouvoir d'abord rassembler des utilisateurs sur la VI, nous proposerons une version gratuite avec des publicités, avec la possibilité d'effectuer un paiement unique de 4,99€ TTC pour les retirer.

Nous lancerons un modèle premium avec valeur ajoutée (nouvelles fonctionnalités pensées à l'avance, mais aussi en fonction des différents retours de la VI) dès N+1, à Juin 2024. Parmi ces fonctionnalités :

- La possibilité de localiser les meilleurs endroits où s'arrêter avec un camping-car/van
- Localiser les points d'eau pour remplir les réserves du véhicule
- Localiser les endroits où le camping sauvage est autorisé
- Obtenir des suggestions d'itinéraires personnalisées et évolutives au fil du trajet et de la position géographique

2 - Périmètres du projet

- Le périmètre territorial est la France.
- L'application et la landing page seront dédiées à un public francophone.
- La date limite pour délivrer le projet complet (version 1) est le 30 mai 2023.
- L'application doit respecter des normes de sécurité.
- L'application et la landing page doivent être faciles d'utilisation.
- L'application doit être testée rigoureusement.
- L'application et la landing page doivent suivre les règles d'accessibilité.
- Le projet doit atteindre un niveau satisfaisant de qualité.
- L'application doit être disponible sur iOS et Android.

3 - Détails des fonctionnalités

- Proposer une liste de documents et formulaires administratifs en fonction des destinations et dates choisies par l'utilisateur lors de la création de son voyage.
- Proposer des informations à l'utilisateur sur les destinations choisies pour son voyage (météo, numéros et adresses importants comme les ambassades par exemple).
- Envoyer des notifications en fonction des étapes et des dates des voyages de l'utilisateur (intempéries, changement de payes, crise géopolitique, économique, news...).
- Avoir des pubs dans certains encarts de l'application.

UN UTILISATEUR OFF-LINE (quand l'utilisateur ne possède pas de compte)

- Voir le tutoriel (dès la première connexion puis n'importe quand via le menu).
- Créer son profil (profil principal de la personne qui possède un compte).
- Créer des profils (profils des accompagnants, en local sur le device de la personne qui possède le device).
- Voir les profils (principal et accompagnant(s)).
- Voir les détails d'un profil (principal et accompagnant(s)).
- Supprimer un/des profil(s).
- Modifier les détails d'un profil :
 - Ajouter/modifier le nom ;
 - Ajouter/modifier le prénom ;
 - Ajouter/modifier la date de naissance ;
 - Ajouter/modifier la nationalité ;
 - Ajouter/modifier l'adresse postale.
- Voir les anciens voyages.
- Voir les détails d'un voyage (destinations, participants, dates de départ et d'arrivée sur place et documents administratifs).
- Supprimer un/des voyages.

- Modifier les détails d'un voyage :
 - Ajouter/modifier/supprimer profils (accompagnants) ;
 - Ajouter/modifier/supprimer destinations ;
 - Ajouter/modifier dates de départ et d'arrivée ;
 - Ajouter/modifier/supprimer documents administratifs.
- Effectuer un paiement unique pour ne plus avoir les pubs.
- Voir les notifications.
- Effacer les notifications.
- Créer un compte pour synchroniser ses informations dans un cloud (tout en ayant les données stockées en local) et avoir la possibilité de partager les informations avec d'autres utilisateurs.

UN UTILISATEUR OFF-LINE (quand l'utilisateur ne possède pas de compte)

- Inviter quelqu'un à un voyage via url, 2 cas possibles :
 - L'utilisateur qui souhaite inviter des personnes sélectionne un voyage, l'application génère alors une url qu'il envoie aux gens avec qui il souhaite partager les informations. Les utilisateurs invités devront alors obligatoirement créer un compte pour associer leurs profils au voyage.
 - L'utilisateur devra sélectionner un voyage puis un profil qu'il a créé en local, l'application génère alors une url qu'il envoie à une personne. L'utilisateur invité devra alors obligatoirement créer un compte pour associer son profil au voyage. Le profil local sera attribué à l'utilisateur invité.

4 - Les technologies choisies

Les technologies de l'application :

Notre projet consiste donc en une application disponible sur mobile. L'application sera développée à l'aide des technologies du web telles que HTML5, CSS3 et javascript. Pour que l'application soit disponible sous Android, et iOS, les frameworks Apache Cordova et React Native sont possible.

Les framework Apache Cordova et React Native sont utiles pour réaliser des applications mobiles à l'aide des technologies du web.

Ceci nous évite de devoir faire un développement spécifique de l'application sur chaque plateforme, en évitant l'utilisation des différents langages de programmations natifs, frameworks, outils et nuances entre chaque plateforme.

Apache Cordova utilise le composant WebView pour permettre d'afficher l'application comme s'il s'agissait d'un site web, d'où l'utilisation des technologies du web HTML5, CSS3 et javascript.

Cependant, il est possible d'utiliser une extension - un pont - Javascript-to-Native qui permet l'utilisation de fonctions natives comme la géolocalisation ou la caméra par exemple. React Native offre plus de fonctionnalités que Apache Cordova et peut-être plus rapide et puissant, mais est aussi plus compliqué à mettre en place. L'avantage est que React Native se rapproche plus d'un développement "natif", contrairement à l'utilisation des WebViews d'Apache Cordova.

Les technologies pour la Landing page :

La Landing page sera construite avec le CMS WordPress proposant de nombreuses fonctionnalités et extensions afin de créer une Landing page complète.



5 - Les contraintes juridiques

La création d'une société a plusieurs contraintes :

- Conséquences fiscales (imposition sur les bénéfices)
- Administratives (choix du statut social)
- Juridiques (responsabilité pénale).

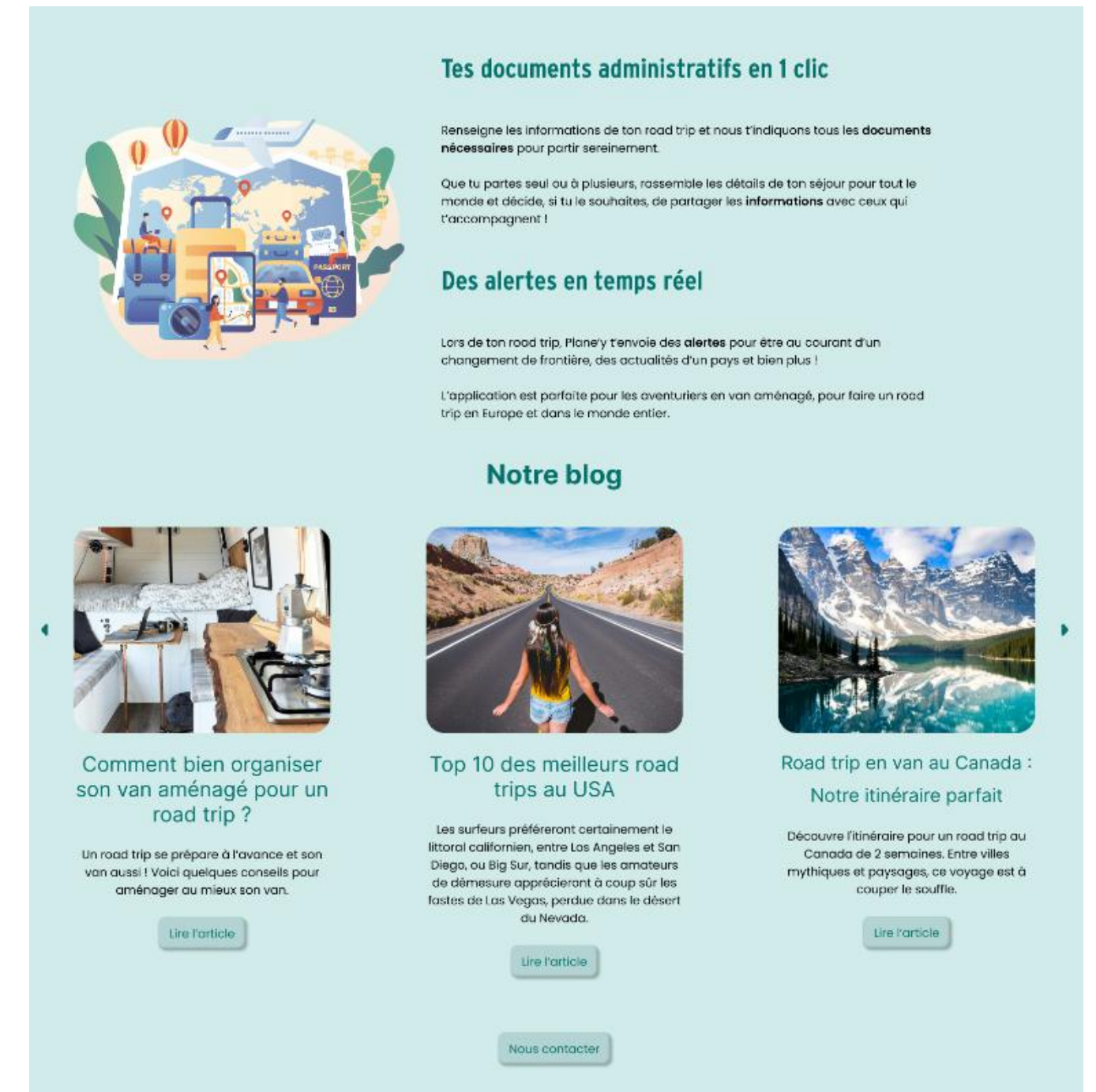
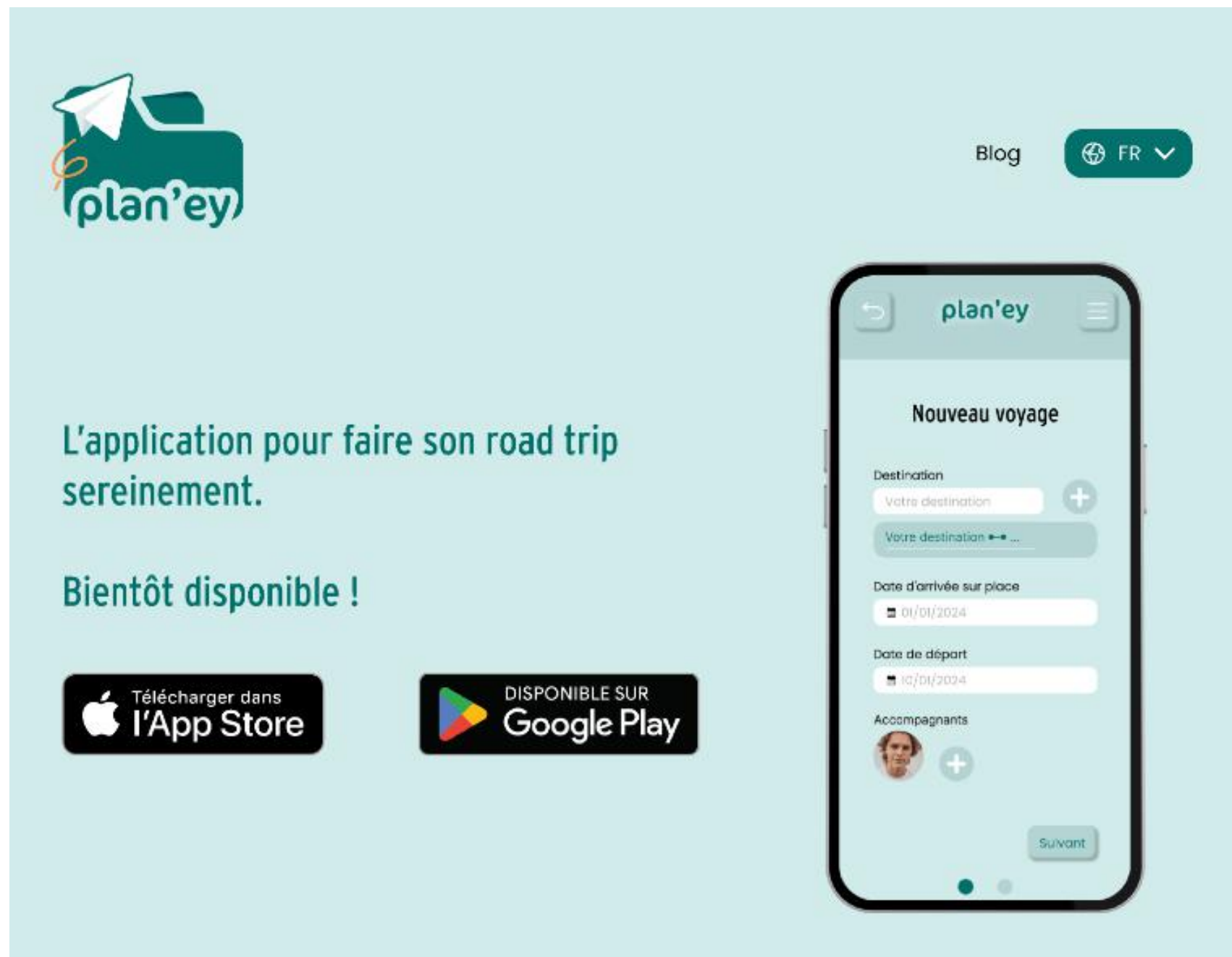
Pour une application mobile il faudra :

- Prévoir les mentions légales
- Rédiger les conditions générales d'utilisation (CGU)
- Rédiger des conditions générales de vente en cas de vente
- Élaborer une politique de confidentialité
- Déclaration/demande d'autorisations auprès de la CNIL
- Préserver la sécurité informatique : responsabilité de l'éditeur
- Protéger notre propriété intellectuelle et ne pas violer celles d'autres entreprises ou particuliers.

Toutes les informations doivent être lisibles sur l'écran mobile.

Landing page

cf Annexe 7 pour les maquettes ou dans le dossier zip "Annexes"



Landing page

Blog

cf Annexe 8 pour les maquettes ou dans le dossier zip "Annexes"



Blog

FR



Blog

FR

Blog

Faire un road trip c'est synonyme de **liberté**, **aventure** et de **grand voyage** ! Adeptes ou pas des road trips, nous te donnons des conseils pour des itinéraires, comment bien organiser ton road trip et des astuces à lire dans la joie et la bonne humeur.



Comment bien organiser son van aménagé pour un road trip ?

Un road trip se prépare à l'avance et son van aussi ! Voici quelques conseils pour aménager au mieux son van.



Top 10 des meilleurs road trips au USA

Les surfers préféreront certainement le littoral californien, entre Los Angeles et San Diego, ou Big Sur, tandis que les amateurs de démesure apprécieront à coup sûr les fastes de Las Vegas, perdue dans le désert du Nevada.



Road trip en van au Canada : Notre itinéraire parfait

Découvre l'itinéraire pour un road trip au Canada de 2 semaines. Entre villes mythiques et paysages, ce voyage est à couper le souffle.



Conseils et infos pour expérimenter la Van Life, le style de vie qui inspire !

Envie de liberté, la Van Life est un style de vie qui est fait pour toi ! La « vanlife » s'est installée comme un véritable mode de vie dont les valeurs sont le minimalisme et la connexion avec la nature.



Conduire en Australie : les 5 commandements d'un road trip réussi

Conduire en Australie c'est vraiment différent. Conduite à gauche, limitations de vitesse strictes alors voici nos 5 commandements pour un road trip réussi !



Check-list road trip : les documents de voyage indispensables

Pour ne rien oublier de tout ça, faites une check-list et pensez à la vérifier avant votre départ !

← Précédent

1

2

3

Suivant →

Comment bien organiser son van aménagé pour un road trip ?

Le road trip en van est une expérience unique qui permet de découvrir de nouveaux horizons tout en profitant d'un sentiment de liberté. Pour vivre pleinement cette aventure, il est essentiel d'organiser son van de manière efficace et fonctionnelle. Dans cet article, nous te présenterons les étapes clés pour bien organiser ton van aménagé pour un road trip inoubliable.

Choisir le bon van pour son road trip

Les différents types de vans

Avant de commencer l'aménagement de ton van, il est important de choisir le type de van qui convient le mieux à tes besoins. Il existe différentes options sur le marché, notamment les vans aménagés, les fourgons et les camping-cars. Chacun de ces types de véhicules a ses propres avantages et inconvénients, il est donc essentiel de prendre en compte tes préférences et ton style de voyage.

Évaluer ses besoins et son budget

Avant de faire l'acquisition d'un van, évalue tes besoins en matière d'espace, de confort et de fonctionnalités. Cela va t'aider à définir le budget nécessaire pour l'achat du van et son aménagement. Détermine également le nombre de personnes qui voyageront avec toi afin de prévoir l'espace nécessaire.

Planifier l'aménagement du van

Faire une liste des fonctionnalités nécessaires

Avant d'aménager ton van, dresse une liste des fonctionnalités indispensables pour ton road trip. Cela peut inclure un lit confortable, une cuisine fonctionnelle, des rangements pratiques, une zone de détente, etc. En identifiant tes besoins, tu pourras planifier l'espace de manière optimale.

Optimiser l'espace de rangement

Un aspect crucial de l'aménagement d'un van est l'optimisation de l'espace de rangement. Utilise chaque recoin disponible, notamment les espaces sous le lit, les placards suspendus et les rangements modulaires. Pense à des solutions créatives pour maximiser l'espace et avoir tout ce dont tu as besoin à portée de main.



Créer un plan d'aménagement

Pour une organisation efficace, crée un plan d'aménagement détaillé avant de commencer les travaux. Cela te permettra de visualiser l'emplacement de chaque élément, de prévoir les dimensions et de t'assurer que tout s'adapte harmonieusement. N'hésite pas à utiliser des outils en ligne ou à demander l'aide d'un professionnel de l'aménagement de vans.

Aménager l'espace de vie dans le van

Le lit est l'élément central de ton espace de vie dans le van. Opte pour un matelas de qualité qui t'assure un sommeil réparateur. Selon l'espace disponible, tu peux choisir entre un lit permanent ou un lit convertible qui peut être replié pendant la journée pour libérer de l'espace.

Une cuisine bien équipée est essentielle pour préparer des repas pendant ton road trip. Installe un réchaud, un évier avec un réservoir d'eau et un système de rangement pour les ustensiles de cuisine et les provisions. Pense également à prévoir un espace de travail pratique pour la préparation des repas.



plan'ey 2023 - mentions légales

Retrouve-nous sur

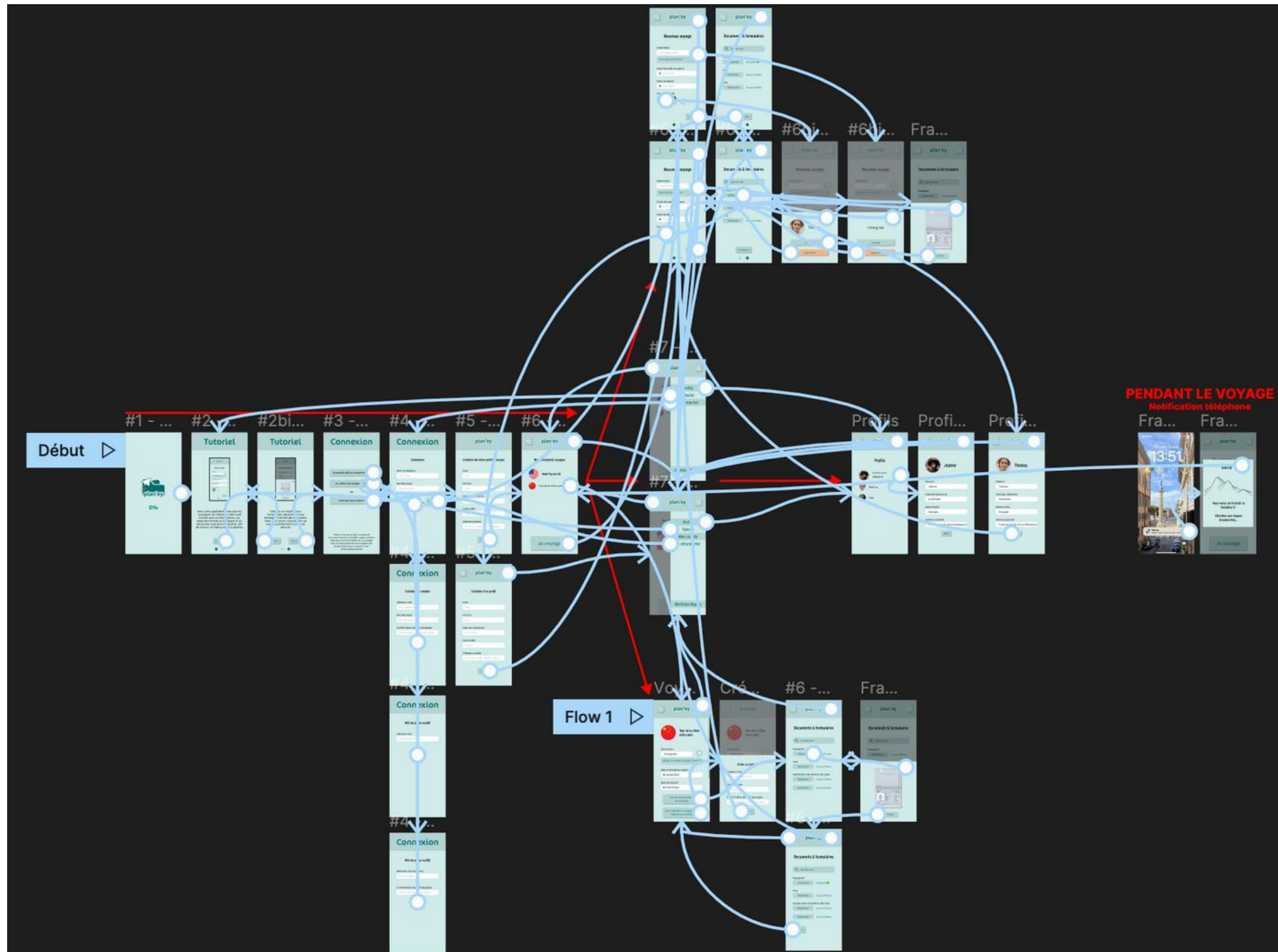


plan'ey 2023 - mentions légales

Retrouve-nous sur



Prototype



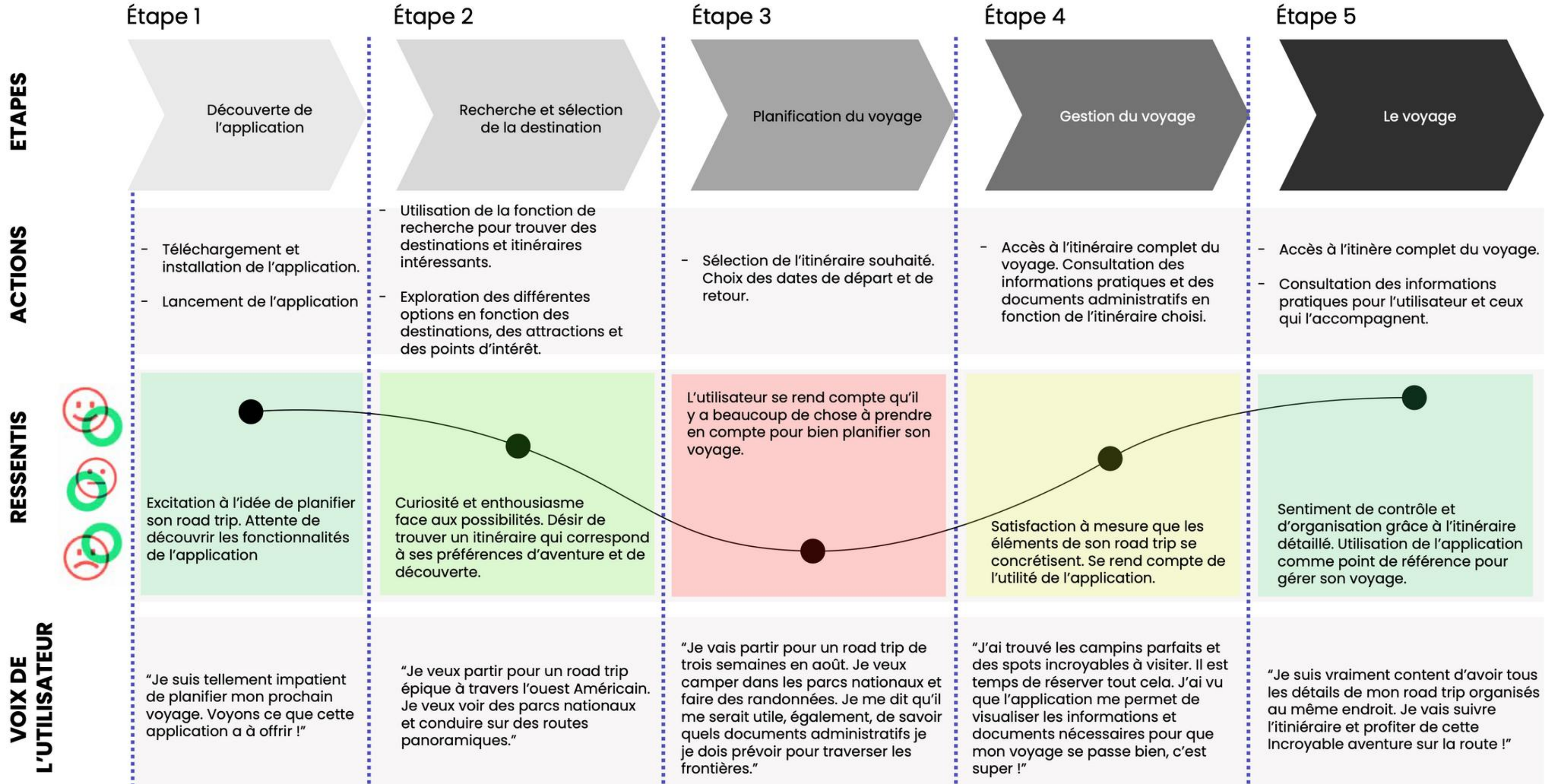
Pour consulter les maquettes,
cliquez, ou rdv dans le dossier zip
Annexes :



ou

<https://www.figma.com/proto/6G9mN1f4bNUoEM34pgbJpt/plan'ey-...-maquettes?page-id=1%3A2&type=design&node-id=1-42&viewport=419%2C596%2C0.1&scaling=min-zoom&starting-point-node-id=5%3A52&show-proto-sidebar=1>

Parcours utilisateur



Guide utilisateur

Installation :

L'application se télécharge sur tous les appareils ayant accès à Google Play Store (Android) et l'App Store (iOS).

Lancement de l'application :

Lorsque l'application est lancée, un tutoriel apparaît pour guider l'utilisateur à utiliser l'application. Il faut ensuite choisir si l'utilisateur souhaite continuer sans compte ou s'il souhaite de créer un compte.

Il devra alors renseigner :

- Adresse email
- Mot de passe
- Confirmation du mot de passe

Un compte utilisateur est alors créé, il pourra par la suite créer son premier voyage.

La page d'accueil :

- Sera visible les voyages précédents, les voyages programmés ou aucun voyage si l'utilisateur est nouveau.

Le menu :

- Visible sur pratiquement toutes les pages une fois l'utilisateur connecté ou non à l'application.
- Si l'utilisateur possède un compte :
 - Il aura accès à son profil ainsi qu'aux profils qu'il aura potentiellement créé/partagés.
 - Au tutoriel de l'application.
 - À ses informations de compte.
 - Aux mentions légales.

Guide utilisateur

- À la déconnexion.
- Si l'utilisateur ne possède pas de compte :
 - Il aura accès à son profil ainsi qu'aux profils qu'il aura potentiellement créé mais non partagés.
 - Aux mentions légales.
 - À la déconnexion.

Je voyage :

- L'utilisateur devra renseigner la destination, la date d'arrivée sur place, la date de départ, et les accompagnants.
- Puis, il devra remplir ou téléverser les documents et formulaires administratifs nécessaires au bon déroulement de son voyage qui le suivra tout le long de son périple.
 - L'utilisateur ayant un compte et ayant invité d'autres utilisateurs à rejoindre le voyage aura accès à tous les documents administratifs des accompagnants.

Création d'un profil :

- L'utilisateur s'il souhaite ajouter un profil devra renseigner :
 - Prénom
 - Nom
 - Date de naissance
 - Nationalité (nécessaire pour les futurs documents ou formulaires administratifs demandés en fonction de la destination du voyage)
 - Adresse postale (également nécessaire pour les futurs documents ou formulaires administratifs demandés en fonction de la destination du voyage).

Mot de passe oublié :

- L'utilisateur devra alors renseigner une adresse mail sur laquelle il recevra un email de réinitialisation de mot de passe.

Recettage

Définition :

Le recettage d'application mobile est une démarche qui consiste à s'assurer du bon fonctionnement d'une application mobile avant la soumission et la diffusion sur les stores d'applications.

La principale fonctionnalité : Authentification

Ressources :

- Application installée sur iOS ou Android
- Un compte utilisateur avec des identifiants de connexion

Étapes de test de connexion :

- Lancement de l'application sur un appareil iOS ou Android
- Accès à l'écran d'authentification
- Saisie de l'identifiant et du mot de passe de connexion
- Clic sur le bouton de connexion
- Vérification de la connexion de l'utilisateur à l'application

Étapes de test de déconnexion :

- Clic sur le bouton de déconnexion
- Vérification de la déconnexion de l'utilisateur à l'application

cf. Annexe 9 pour consulter le recettage

Préconisations d'évolutions

V2

- **Intégration d'un plan premium**
 - 6,99€TTC/mois
 - Ajout de fonctionnalités selon les retours
 - Localiser des spots (camping sauvage, lieux pour camping car, van, points d'eau)
 - Itinéraires personnalisés
- Amélioration de nos fonctionnalités de base
 - Ajout de documents pour plus de pays
 - Étendue de la zone géographique visée
 - Fiches techniques et alertes plus élaborées

V3

- **Intégration de plusieurs plans premium**
 - En fonction des retours de la V2 et des utilisations, nous pourrions segmenter nos plans pour offrir un service plus personnalisé
- Amélioration de nos fonctionnalités de base
 - En fonction des retours



VII. Conclusion du projet

Conclusion

Date de sortie : le 1er juin ! Que retenons nous de ce projet ?



Les points positifs !

- Cohésion d'équipe : chacun a pu apporter sa valeur ajoutée... et se tromper ! Sans aucun jugement
- Nous avons découvert comment mener un projet de A à (presque) Z
- Nous avons appris par nous même
- Projet inspirant pour chacun des membres, de niche sans grande concurrence qui nous a permis de nous démarquer
- Nous avons appris à résoudre des imprévus, comme dans un projet réel



Ce qui aurait pu être mieux...

- L'absence de développeur dans notre équipe nous a empêché d'aller aussi loin que souhaité, au vu de notre manque de connaissance dans ce domaine (mais nous avons fait nos recherches par nous même !)
- Notre projet étant trop ambitieux au départ, nous avons dû recentrer notre projet... et donc notre offre, et recommencer une partie du travail. Un gros challenge finalement relevé, que nous saurons éviter à l'avenir par la mise en place d'outils collaboratifs

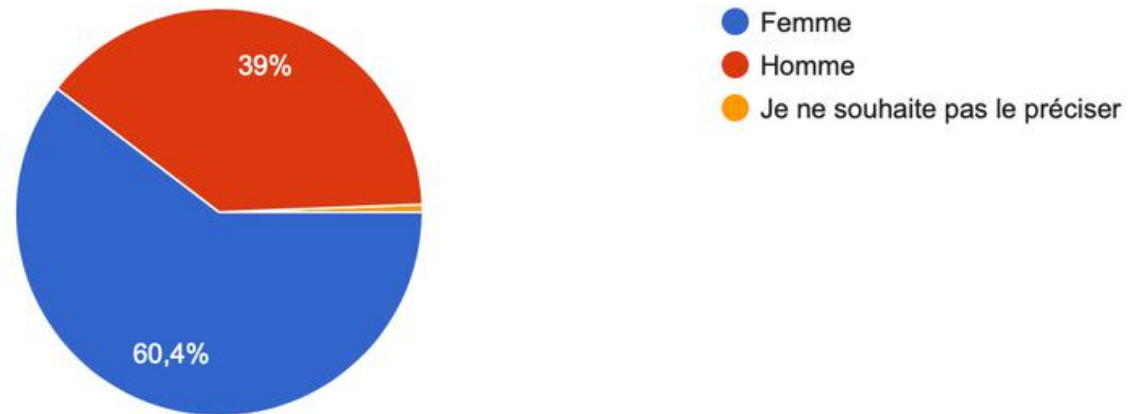
VIII. Annexes

Annexe 1 : Résultats du sondage

Qui es-tu ?

164 réponses

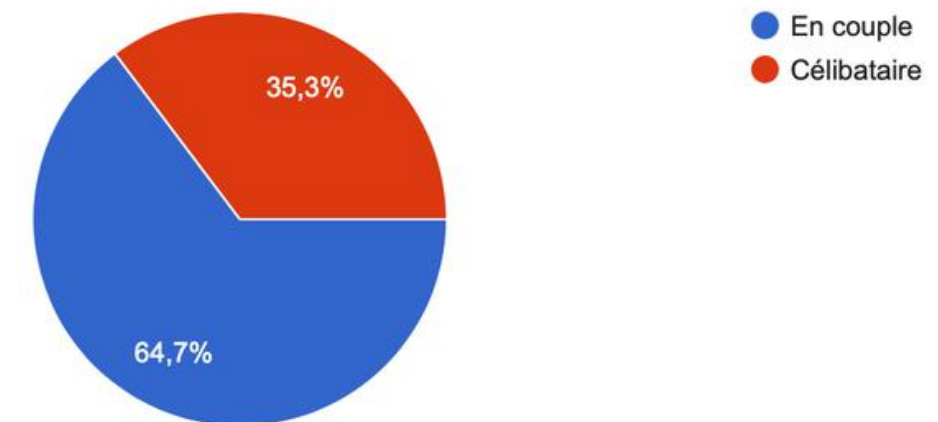
 Copier



Situation

119 réponses

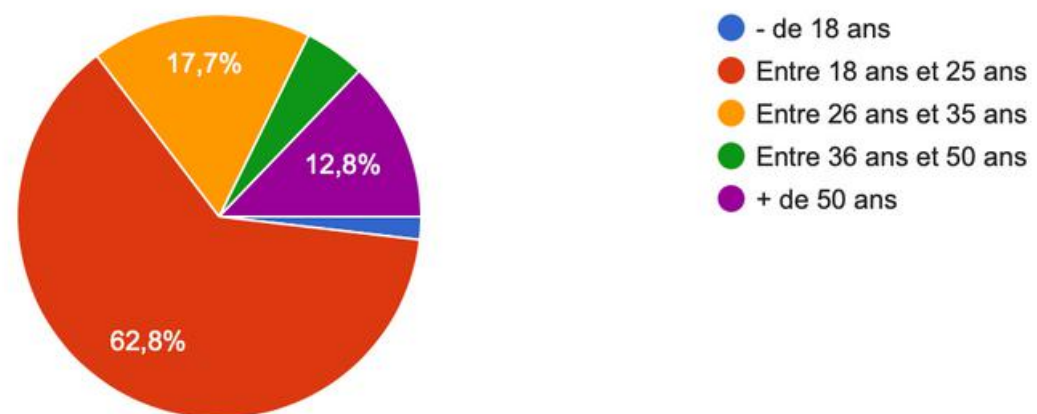
 Copier



Quel âge as-tu ?

164 réponses

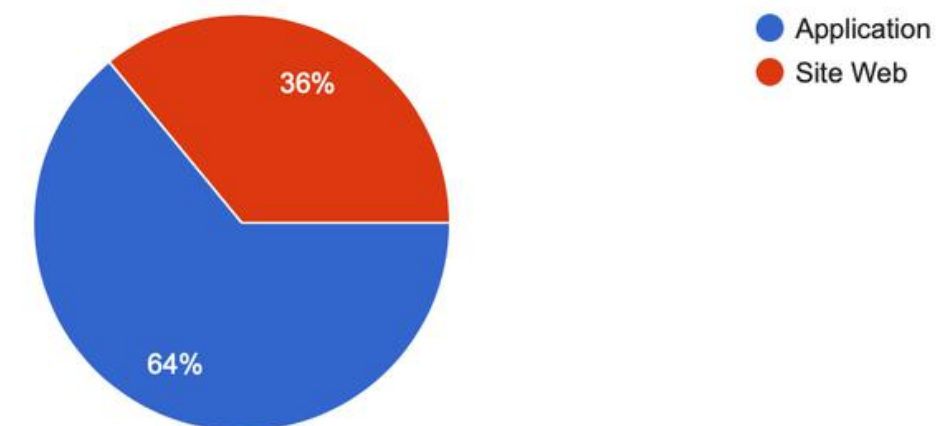
 Copier



Pour gérer ton road trip, préfères-tu une application ou un site web ?

164 réponses

 Copier

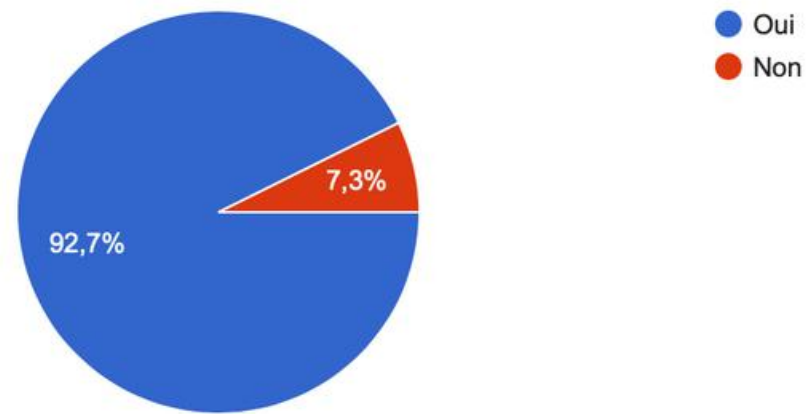


Annexe 1 : Résultats du sondage

Serais-tu intéressé(e) par une application référençant les documents & procédures nécessaires à renseigner en fonction de ton road trip ?

 Copier

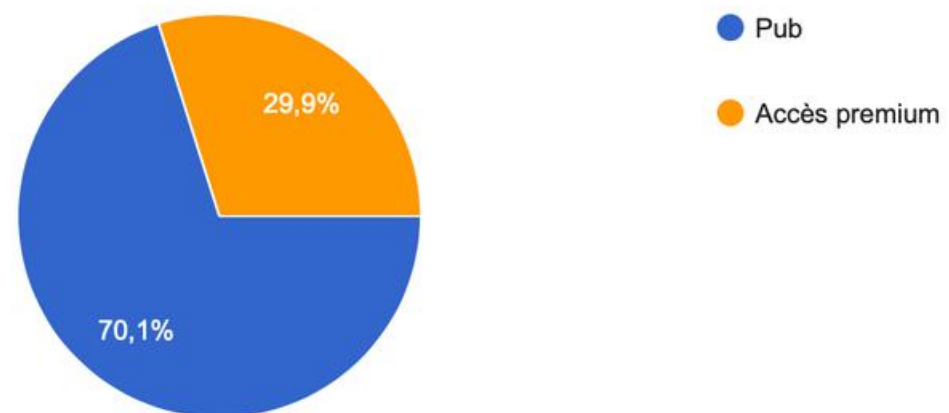
164 réponses



Si l'application t'intéresse, préfères-tu de la pub ou une option payante afin de ne plus avoir de pubs ?

 Copier

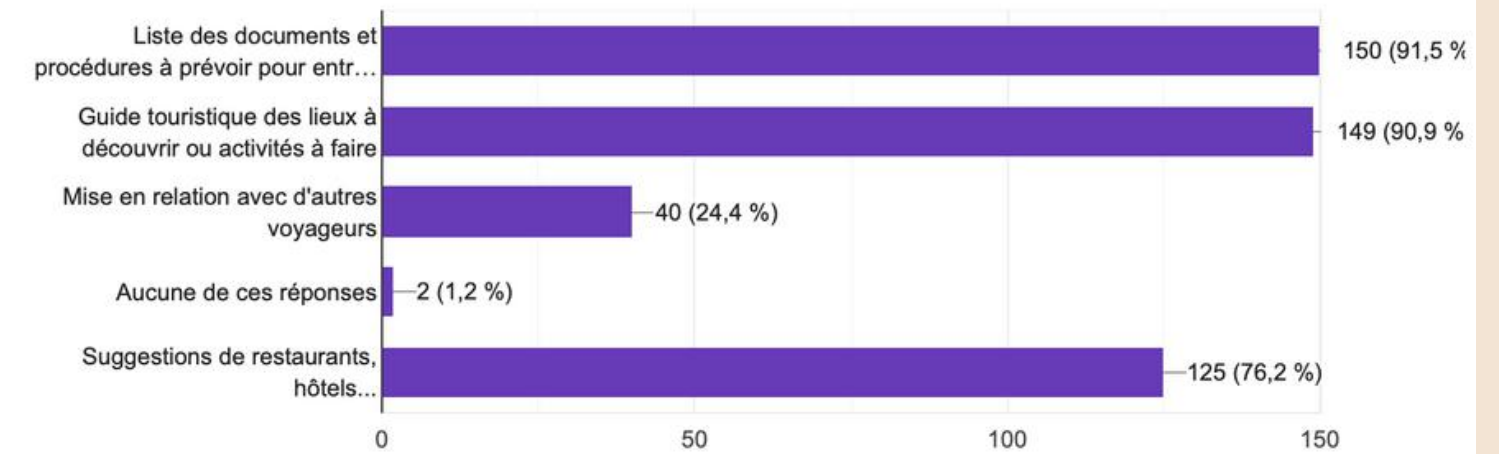
164 réponses



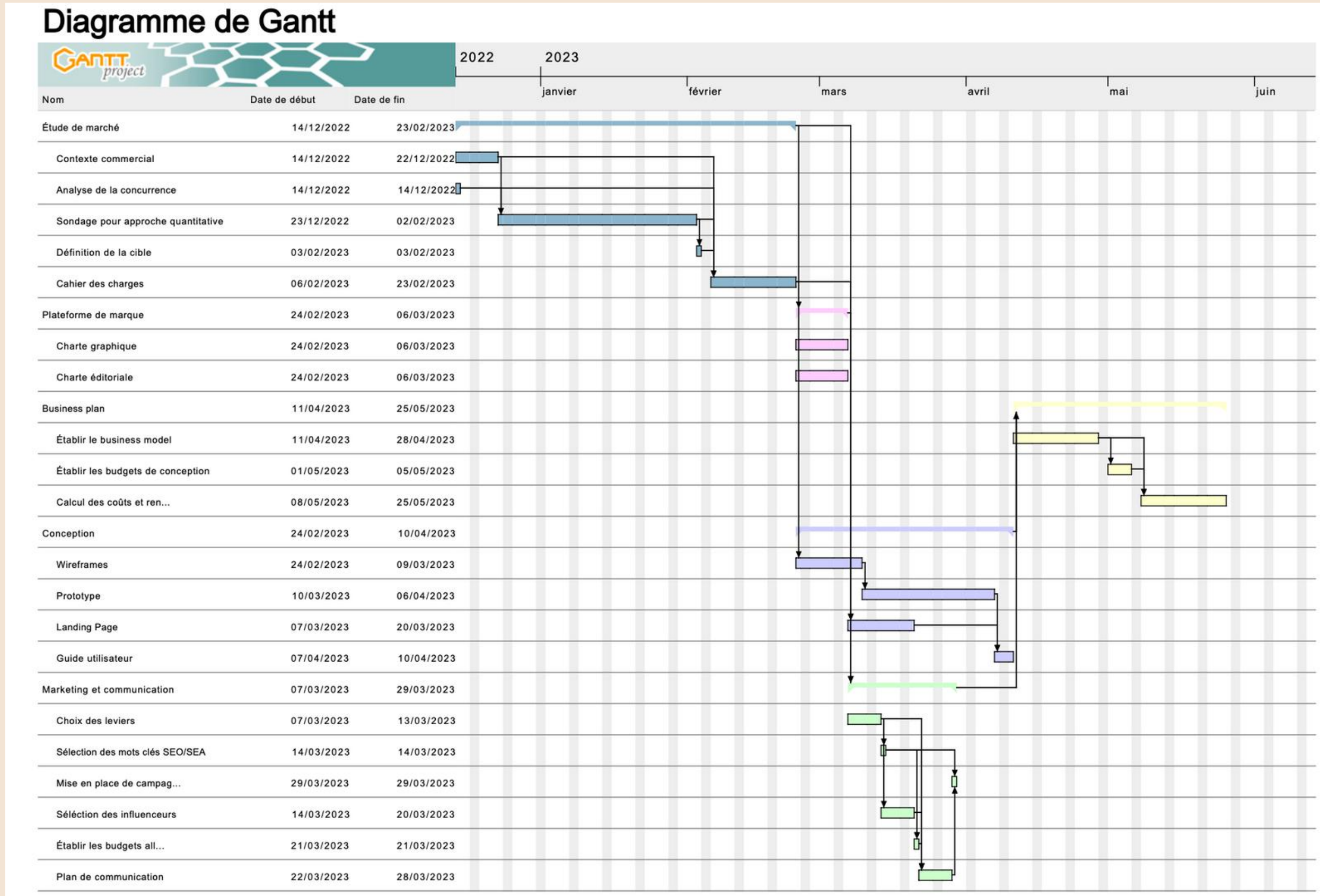
Qu'attends-tu d'une application aidant la gestion de ton road trip ? (choisissez 3 priorités)

 Copier

164 réponses




Annexe 2 : Diagramme de Gantt



Fichier PDF disponible
dans le dossier zip
"Annexes"

Annexe 3 : Devis

Fichier PDF disponible
dans le dossier zip
"Annexes"



Florent Desmis	Objet du devis :	Date du devis :	26/05/2023
	Plan'ey : Creation d'une application web avec portage sur mobile,	Date d'echeance :	25/06/2023
		N° du devis :	FDD-0000

Adressé à :

Lisa Bredy
Plan'ey
123 route du voyage, 74000, Annecy
04 50 00 00 00
contact@planev.fr


DESCRIPTION	JOURS	TARIF / J	TOTAL
Creation de l'interface sur plusieurs pages, La DA sera faite sur Figma	10	400,00 €	4 000,00 €
Creation du template de base de l'application : ajout des dependences de projet, mise en place des assets de base	3	420,00 €	1 260,00 €
Page : Creation du compte sur la plateforme + Edition du compte	7	420,00 €	2 940,00 €
Page : Creation du voyage + Gestion du voyage + Gestion des documents lies (Autocompletion des donnees)	15	420,00 €	6 300,00 €
Page gestion des profils accompagnants : Vue de listing + vue d'edition + Generation de liens automatique d'invitation	5	420,00 €	2 100,00 €
Gestion des notifications push sur Android + iOS	3	420,00 €	1 260,00 €
Portage sur mobile (Android + Ios) à l'aide de Cordova	3	420,00 €	1 260,00 €

Sous-total du devis	19 120,00 €
Nombre de jours	46

TVA non applicable, article 293B du code general des impôts

Ce devis est réalisé dans le cadre d'études, Il n'a aucune valeur legale et ne pourra être valide.

Total 19 120,00€	
-------------------------	--

Signature de l'entreprise 	Signature précédée de "bon pour accord"
--	---

SPECIMEN

Annexe 4 : Budget & rentabilité Année N

Fichier excel "budget_plan'ey" complet disponible dans le dossier zip "Annexes"

Année N	Mai	Juin (lancement)	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Investisseurs	80000												
Apport	75000												
Emprunt	155000												
Revenus liés à l'application		598,1800835	712,1235	712,1235	822,270125	664,968	664,968	712,1235	822,270125	664,968	712,1235	712,1235	822,270125
Remboursement TVA													
Total des encaissements	310000	598,1800835	712,1235	712,1235	822,270125	664,968	664,968	712,1235	822,270125	664,968	712,1235	712,1235	822,270125
Immobilisations (matériel, logiciels, hébergement web)	11396,07	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	100,67	1396,07
Remboursement crédit 2%	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5
Marketing / Communication		16920	5598	5709	17209	709	709	5709	17209	709	5709	5709	17209
Cout de développement/maintenance (service externe)	19120												
Salaires nets (interne)	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35
Charges sociales (salariés)	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298
Commission Google Play Store	90,6702594	44,86350626	53,4092625	53,4092625	61,6702594	49,8726	49,8726	53,4092625	61,6702594	49,8726	53,4092625	53,4092625	61,6702594
Commission Apple Store	222,340519	179,4540251	213,63705	213,63705	246,681038	199,4904	199,4904	213,63705	246,681038	199,4904	213,63705	213,63705	222,340519
Retour Investisseurs (10%CA)	0	59,81800835	71,21235	71,21235	82,2270125	66,4968	66,4968	71,21235	82,2270125	66,4968	71,21235	71,21235	82,2270125
Cumul TVA à déduire	6103,214	6123,348	6143,482	6163,616	6183,75	6203,884	6224,018	6244,152	6264,286	6284,42	6304,554	6324,688	6603,902
TVA collectée	0	119,6360167	262,060717	404,485417	568,939442	701,933042	834,926642	977,351342	1141,80537	1274,79897	1417,22367	1559,64837	1724,10239
TVA à payer													-4879,7996
Total des décaissements	40806,2288	27281,95354	16014,0767	16125,0767	27677,3963	11102,6778	11102,6778	16125,0767	27677,3963	11102,6778	16125,0767	16125,0767	24068,6562
Solde précédent		269193,7712	242509,998	227208,045	211795,091	184939,965	174502,255	164064,546	148651,592	121796,466	111358,757	95945,8033	80532,8502
Variation	269193,771	-26683,77346	-15301,953	-15412,953	-26855,126	-10437,71	-10437,71	-15412,953	-26855,126	-10437,71	-15412,953	-15412,953	-23246,386
Trésorerie	269193,771	242509,9978	227208,045	211795,091	184939,965	174502,255	164064,546	148651,592	121796,466	111358,757	95945,8033	80532,8502	57286,4641

Annexe 4 : budget & rentabilité année N+1

Fichier excel "budget_plan'ey" complet disponible dans le dossier zip "Annexes"

Année N	Année N+1	juin/premierr	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Investisseurs													
Apport													
Emprunt													
Revenus liés à l'application		11783,9121	13198,6401	14529,5361	16330,548	17264,3638	18477,8278	19892,5558	21693,5677	22627,3834	24042,1114	25373,0074	27174,0193
Remboursement TVA		6440,56											
Total des encaissements		18224,4721	13198,6401	14529,5361	16330,548	17264,3638	18477,8278	19892,5558	21693,5677	22627,3834	24042,1114	25373,0074	27174,0193
Immobilisations (matériel, logiciels, hébergement web)		119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	1415,07
Remboursement crédit 2%		1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5
Marketing / Communication		709	5709	5709	17209	709	709	5709	17209	709	5709	5709	17209
Cout de développement/maintenance (service externe)		1912											
Salaires nets (interne)		6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35
Charges sociales (salariés)		1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298
Commission Google Play Store		883,793407	989,898007	1089,71521	1224,7911	1294,82728	1385,83708	1491,94168	1627,01758	1697,05376	1803,15836	1902,97556	2038,05145
Commission Apple Store		1767,58681	1979,79601	2179,43041	2449,5822	2589,65456	2771,67416	2983,88336	3254,03515	3394,10752	3606,31672	3805,95112	4175,1029
Retour Investisseurs (10%CA)		1178,39121	1319,86401	1452,95361	1633,0548	1726,43638	1847,78278	1989,25558	2169,35677	2262,73834	2404,21114	2537,30074	2717,40193
Cumul TVA à déduire		406,334	430,268	454,202	478,136	502,07	526,004	549,938	573,872	597,806	621,74	645,674	928,688
TVA collectée		2356,78242	2639,72802	2905,90722	3266,1096	3452,87275	3695,56555	3978,51115	4338,71353	4525,47669	4808,42229	5074,60149	5434,80387
TVA à payer		1950,44842	2209,46002	2451,70522	2787,9736	2950,80275	3169,56155	3428,57315	3764,84153	3927,67069	4186,68229	4428,92749	4506,11587
Total des décaissements		18498,0378	22304,836	22979,6224	35401,2197	19367,539	19980,6736	25699,4718	38121,069	22087,3883	27806,1865	28480,9729	42037,8902
Solde précédent		57286,4641	57012,8984	47906,7024	39456,6161	20385,9443	18282,7691	16779,9233	10973,0073	-5454,494	-4914,4989	-8678,574	-11786,539
Variation		-273,56576	-9106,196	-8450,0864	-19070,672	-2103,1752	-1502,8458	-5806,916	-16427,501	539,995136	-3764,0751	-3107,9655	-14863,871
Trésorerie		57012,8984	47906,7024	39456,6161	20385,9443	18282,7691	16779,9233	10973,0073	-5454,494	-4914,4989	-8678,574	-11786,539	-26650,41

Annexe 4 : Budget & rentabilité Année N+2

Fichier excel "budget_plan'ey" complet disponible dans le dossier zip "Annexes"

Année N	Année N+2	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Investisseurs													
Apport													
Emprunt													
Revenus liés à l'application		29166,8671	31312,7221	33327,5896	36077,0132	37471,4429	39302,8229	41448,6779	44198,1015	45592,5311	47738,3861	49753,2536	52502,6772
Remboursement TVA													
Total des encaissements		29166,8671	31312,7221	33327,5896	36077,0132	37471,4429	39302,8229	41448,6779	44198,1015	45592,5311	47738,3861	49753,2536	52502,6772
Immobilisations (matériel, logiciels, hébergement web)		119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	119,67	1415,07
Remboursement crédit 2%		1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5	1317,5
Marketing / Communication		709	5709	5709	17209	709	709	5709	17209	709	5709	5709	17209
Cout de développement/maintenance (service externe)		1912											
Salaires nets (interne)		6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35	6765,35
Charges sociales (salariés)		1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298	1894,298
Commission Google Play Store		2187,51503	2348,45416	2499,56922	2705,77599	2810,35822	2947,71172	3108,65084	3314,85761	3419,43983	3580,37896	3731,49402	3937,70079
Commission Apple Store		4375,03007	4696,90832	4999,13844	5411,55198	5620,71643	5895,42343	6217,30168	6629,71522	6838,87967	7160,75792	7462,98804	7875,40158
Retour Investisseurs (10%CA)		2916,68671	3131,27221	3332,75896	3607,70132	3747,14429	3930,28229	4144,86779	4419,81015	4559,25311	4773,83861	4975,32536	5250,26772
Cumul TVA à déduire		406,334	430,268	454,202	478,136	502,07	526,004	549,938	573,872	597,806	621,74	645,674	928,688
TVA collectée		5833,37342	6262,54442	6665,51792	7215,40264	7494,28857	7860,56457	8289,73557	8839,62029	9118,50622	9547,67722	9950,65072	10500,5354
TVA à payer		5427,03942	5832,27642	6211,31592	6737,26664	6992,21857	7334,56057	7739,79757	8265,74829	8520,70022	8925,93722	9304,97672	9571,84744
Total des décaissements		27624,0892	31814,7291	32848,6006	45768,1139	29976,2555	30913,796	37016,4359	49935,9493	34144,0908	40246,7307	41280,6022	55236,4355
Solde précédent		-26650,41	-25107,632	-25609,639	-25130,65	-34821,751	-27326,564	-18937,537	-14505,295	-20243,143	-8794,7023	-1303,0469	7169,60457
Variation		1542,77788	-502,00699	478,989071	-9691,1007	7495,18736	8389,02686	4432,24199	-5737,8478	11448,4403	7491,65541	8472,65147	-2733,7583
Trésorerie		-25107,632	-25609,639	-25130,65	-34821,751	-27326,564	-18937,537	-14505,295	-20243,143	-8794,7023	-1303,0469	7169,60457	4435,84625

Annexe 5 : Liens des réseaux sociaux



Voir notre compte Instagram : [ici](#)
plan.ey5



Voir notre compte Facebook : [ici](#)
Plan'ey



Voir notre compte Tik Tok : [ici](#)
planeyroadtrip

Annexe 6 : Exemple Newsletter

Pour consulter les maquettes, cliquez sur le logo Figma, ou rdv dans le dossier zip Annexes :



ou

https://www.figma.com/file/6G9mN1f4bNUoEM34pgbJpt/plan'ey---maquettes?type=design&node-id=1%3A3&t=fndeMNHIG_Egpqv8i-1



Bienvenue sur Plan'ey

Bonjour à toi !

Tu viens de t'inscrire à notre newsletter et nous sommes ravis de t'accueillir dans l'univers du road trip. Chaque mois tu pourras découvrir des conseils, des bons plans et plus encore sur la Van Life !

Ne tarde plus et rejoins-nous sur l'appli 📲

[Je télécharge l'application](#)



Plan'ey est née grâce à une équipe de 5 jeunes ambitieux voulant contribuer au bon déroulement d'un road trip entre potes, en famille ou même seul !

Faire un road trip est synonyme de liberté et c'est le meilleur moyen de découvrir de nouveaux horizons ainsi que des nouvelles personnes.

Notre objectif



Notre objectif ? Te faciliter la vie lors de ton road trip.

Plus précisément, Plan'ey t'offre un suivi lors de ton voyage et t'aide à **rassembler** ainsi qu'à **générer** tes documents administratifs dans n'importe quel pays afin de simplifier tes démarches. Tu pourras également recevoir des alertes en temps réel afin d'en savoir plus sur le pays où tu te trouves actuellement.

Pour mieux nous connaître


Rejoins-nous sur Instagram, Facebook et Tik Tok pour découvrir l'univers du road trip et de la van life ! 📲




Télécharge l'application ici

[Télécharger dans l'App Store](#) [Disponible sur Google Play](#)

[Se désabonner](#)



Découvre les 5 meilleurs road trips à faire !




LES 5 MEILLEURS ROAD TRIPS




- Europe
- Afrique
- États-Unis
- Canada
- Japon

LE SAIS-TU ?

La Van Life a conquis tous les adeptes de voyage. Cette pratique consiste à voyager dans un van aménagé pour partir à la découverte de plusieurs endroits à travers le pays, sur différents continents ou à travers le monde. Ce nouveau mode de voyage est né de l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).



3 BONNES RAISONS DE FAIRE UN ROAD TRIP

-  LE PLAISIR
-  LA DÉCOUVERTE
-  LE CHALLENGE

REJOINS-NOUS SUR [TikTok](#) [Facebook](#) [Instagram](#)

Télécharge l'application

[Télécharger dans l'App Store](#) [Disponible sur Google Play](#)

[Se désabonner](#)

Annexe 7&8 : Landing page & Blog

Pour consulter les maquettes, cliquez sur le logo Figma, ou rdv dans le dossier zip Annexes :



ou

<https://www.figma.com/file/6G9mN1f4bNUoEM34pqbJpt/plan'ey---maquettes?type=design&node-id=1%3A3&t=fndeMNHIGFgpqv8i-1>

The screenshot shows the landing page for the 'plan'ey' app. At the top, there's the plan'ey logo and a 'Blog' button with a language selector set to 'FR'. The main heading is 'L'application pour faire son road trip sereinement.' Below this, it says 'Bientôt disponible !' and provides download links for the App Store and Google Play. A central image shows a smartphone displaying the app's interface with fields for destination, departure date, and departure time. Below the app image, there are three featured articles: 'Tes documents administratifs en 1 clic', 'Des alertes en temps réel', and 'Notre blog'. Each article has a small image and a 'Lire l'article' button. At the bottom, there's a 'Nous contacter' button and social media icons for Instagram, Facebook, and TikTok.

The screenshot shows the blog page for 'plan'ey'. It features the plan'ey logo and a 'Blog' button with a language selector set to 'FR'. The main heading is 'Blog'. Below this, there's a sub-heading 'Faire un road trip c'est synonyme de liberté, aventure et de grand voyage !'. The page displays a grid of six blog posts, each with a featured image and a title. The posts are: 'Comment bien organiser son van aménagé pour un road trip ?', 'Top 10 des meilleurs road trips au USA', 'Conseils et infos pour expérimenter la Van Life, le style de vie qui inspire !', 'Check-list road trip : les documents de voyage indispensables', 'Conduire en Australie : les 5 commandements d'un road trip réussi', and 'Road trip en van au Canada : Notre itinéraire parfait'. At the bottom, there's a navigation bar with 'Précédent' and 'Suivant' buttons, and a page indicator showing '1', '2', '3'.



Comment bien organiser son van aménagé pour un road trip ?

Le road trip en van est une expérience unique qui permet de découvrir de nouveaux horizons tout en profitant d'un sentiment de liberté. Pour vivre pleinement cette aventure, il est essentiel d'organiser son van de manière efficace et fonctionnelle. Dans cet article, nous te présentons les étapes clés pour bien organiser ton van aménagé pour un road trip inoubliable.

Choisir le bon van pour son road trip

Les différents types de vans

Avant de commencer l'aménagement de ton van, il est important de choisir le type de van qui convient le mieux à tes besoins. Il existe différentes options sur le marché, notamment les vans aménagés, les fourgons et les camping-cars. Chacun de ces types de véhicules a ses propres avantages et inconvénients, il est donc essentiel de prendre en compte tes préférences et ton style de voyage.

Évaluer ses besoins et son budget

Avant de faire l'acquisition d'un van, évite les besoins en matière d'espace, de confort et de fonctionnalités. Cela va t'aider à définir le budget nécessaire pour l'achat du van et son aménagement. Détermine également le nombre de personnes qui voyageront avec toi afin de prévoir l'espace nécessaire.

Planifier l'aménagement du van

Faire une liste des fonctionnalités nécessaires

Avant d'aménager ton van, dresse une liste des fonctionnalités indispensables pour ton road trip. Cela peut inclure un lit confortable, une cuisine fonctionnelle, des rangements pratiques, une zone de détente, etc. En identifiant les besoins, tu pourras planifier l'espace de manière optimale.

Optimiser l'espace de rangement

Un aspect crucial de l'aménagement d'un van est l'optimisation de l'espace de rangement. Utilise chaque recoin disponible, notamment les espaces sous le lit, les placards suspendus et les rangements modulaires. Pense à des solutions créatives pour maximiser l'espace et avoir tout ce dont tu as besoin à portée de main.



Créer un plan d'aménagement

Pour une organisation efficace, crée un plan d'aménagement détaillé avant de commencer les travaux. Cela te permettra de visualiser l'emplacement de chaque élément, de prévoir les dimensions et de t'assurer que tout s'adapte harmonieusement. N'hésite pas à utiliser des outils en ligne ou à demander l'aide d'un professionnel de l'aménagement de vans.

Aménager l'espace de vie dans le van

Le lit est l'élément central de ton espace de vie dans le van. Opte pour un matelas de qualité qui t'assure un sommeil réparateur. Selon l'espace disponible, tu peux choisir entre un lit permanent ou un lit convertible qui peut être replié pendant la journée pour libérer de l'espace.

Une cuisine bien équipée est essentielle pour préparer des repas pendant ton road trip. Installe un réfrigérateur, un évier avec un réservoir d'eau et un système de rangement pour les ustensiles de cuisine et les provisions. Pense également à prévoir un espace de travail pratique pour la préparation des repas.



Fonctionnalité : Gestion du profil

Ressources :

- Application installée sur iOS ou Android
- Un compte utilisateur avec des identifiants de connexion
- Utilisateur connecté à l'application
- Accès à la page "Création d'un profil"

Étapes de test :

- Vérification que l'utilisateur a bien accès à la page de création de profil à partir du menu ou dès le lancement de l'application
- Vérification que l'utilisateur peut modifier les informations relatives à son profil (nom, prénom, date de naissance...)
- Vérification des informations modifiées et enregistrées

Fonctionnalité : Mot de passe oublié

Ressources :

- Application installée sur iOS ou Android
- Un compte utilisateur avec des identifiants de connexion

Étapes de test :

- Lancement de l'application
- Identifiants de connexion et mot de passe incorrect
- Vérification que l'utilisateur peut cliquer sur le bouton "Mot de passe oublié"
- Vérification du mail reçu à l'adresse indiquée
- Indication du nouveau mot de passe
- Vérification du nouveau mot de passe modifié et enregistré
- Connexion à l'application avec le nouveau mot de passe

Fonctionnalité : Partage de voyage avec d'autres utilisateurs

Ressources :

- Application installée sur iOS ou Android
- Un compte utilisateur avec des identifiants de connexion
- Utilisateur connecté à l'application
- Connexion à internet fonctionnelle

Étapes :

- Accès à la page de création de voyage
- Informations relatives au voyage renseignées : destination, nombre de participants, date de départ...
- Vérification de l'url générée par le partage du voyage
- Vérification que l'utilisateur qui reçoit l'url est bien associé par le profil créé en local ou que la création de son compte est fonctionnelle

Fonctionnalité : Alerte notifiée

Ressources :

- Application installée sur iOS ou Android
- Un compte utilisateur avec des identifiants de connexion
- Utilisateur connecté à l'application
- Connexion à internet fonctionnelle

Étapes :

- L'utilisateur est connecté à l'application et possède un compte
- L'utilisateur a déjà créé son voyage
- L'utilisateur effectue son voyage
- L'utilisateur reçoit une notification sur son appareil mobile générée par l'application en fonction de l'endroit où il se trouve