



Adeline ALIBERT - Morgane LELUC - Yetto REDDADI - Cemal ULUDAG



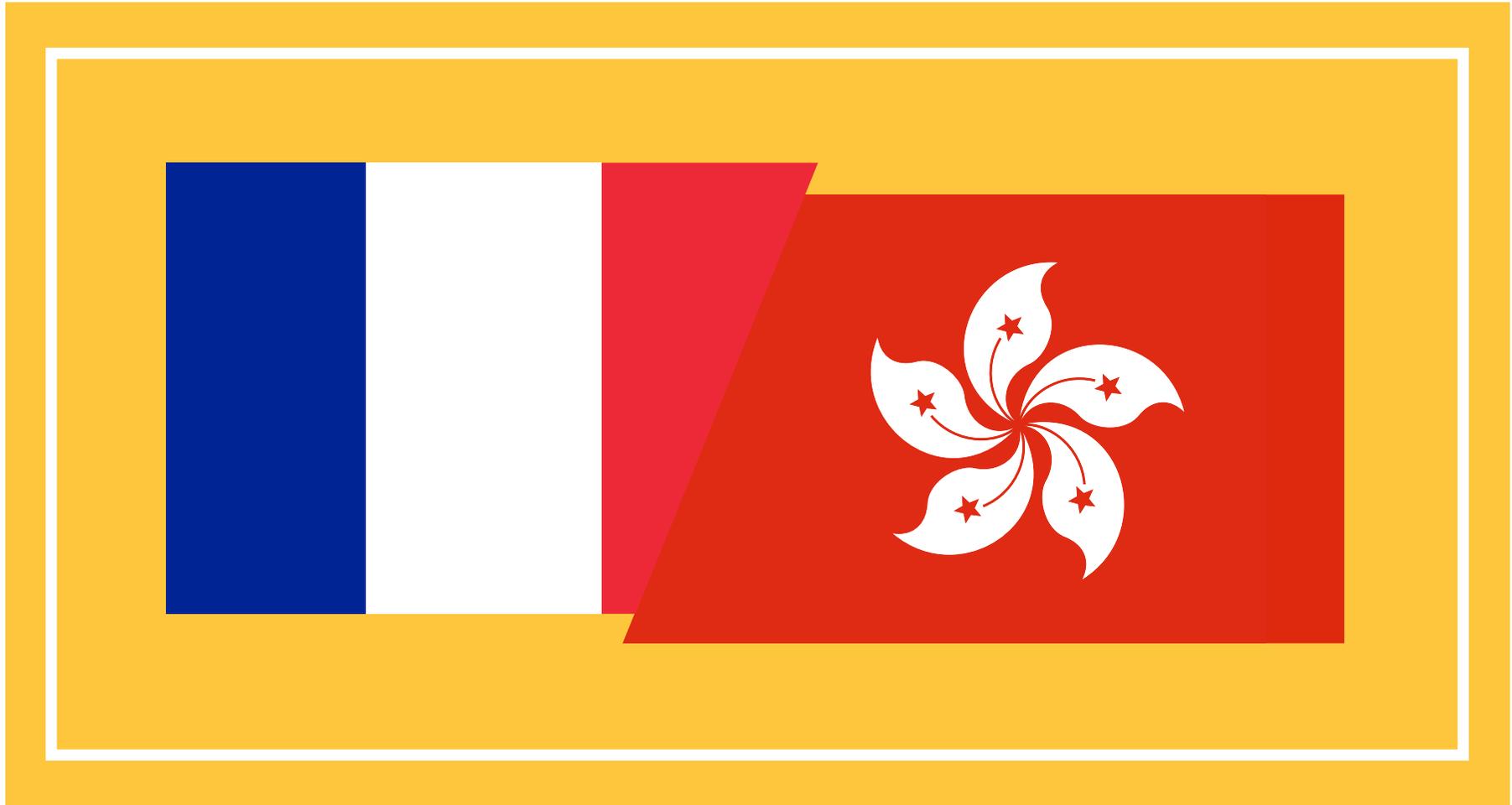
## SOMMAIRE

1. Brief
2. Direction
3. Ateliers d'idéation
4. Hypothèse
5. Questionnaire : analyse
6. Persona
7. Benchmark
8. Concept
9. Supports
10. Customer journey map
11. Storyboards
11. Userflow
12. Wireframes
13. Maquettes

# BRIEF

Développer un concept **déclinable à l'international** qui **répond aux besoins** et habitudes des utilisateurs **locaux et adapter l'expérience utilisateur** à chacun des marchés.

# Direction



# Ateliers d'idéation

# ATELIER PLEXCARD



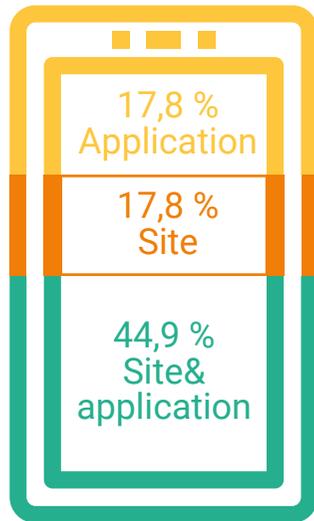
# Hypothèse

Comment préserver la relation entre le commerçant local et le consommateur à l'ère du numérique ?

# Questionnaire : analyse

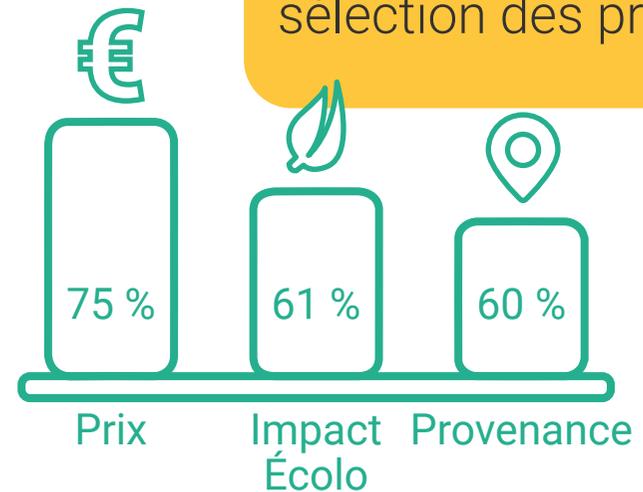


8/10 achètent depuis un smartphone



Simplicité  
Rapidité  
Mobilité

Critères de  
sélection des produits



Les consommateurs  
de **produits locaux**



Plusieurs fois par semaine



71,2 % estiment  
partager une  
**relation privilégiée**  
avec leur commerçant



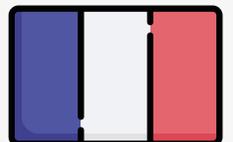
Fidélité récompensée



63 % le sont déjà  
31,1 % aimeraient l'être  
5,9 % ne sont pas intéressés

→ Clientèle pré-existante  
+ nouvelle très favorable

→ Réponse à un **besoin**





75% préfèrent acheter depuis un ordinateur sur un site web



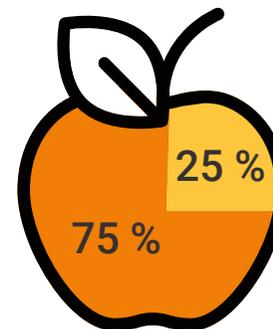
50% achètent quand même depuis leur Iphone (sites & applications)

### Supports

### Achats de proximité

> pratique  
> relation commerçant +++

Le font déjà



aimeraient le faire

Trop compliqué

### Pourquoi



Participation à la vie de quartier

Qualité et sélection des produits



### Besoins chez les commerçants locaux

Rapidité



Prix plus attractifs



Commande en ligne

MAIS

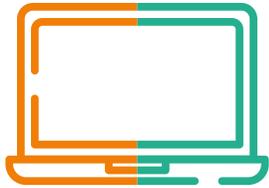


100 % Livres et multimedia

0 % Alimentations



### Achats en ligne



**50%** possèdent un site web



**0%** possèdent une applications

Relation au digital



Satisfaits de l'emplacement de leur local

100 % Citadins



Où sont-ils ?

Ce qu'ils aimeraient proposer



Click & collect



Commande web



Livraison à domicile



Commande par mail



Il faut tuer AMAZON



# Personae

# Manon FRANÇOIS



**“Le local c’est génial!  
C’est moins oppressant que les  
grandes surfaces ou les centres  
commerciaux.”**

-  Femme
-  31 ans
-  Salariée
-  Centre ville de Lille
-  En couple, sans enfant

## Les applications qu’elle utilise



## Les réseaux sociaux qu’elle utilise



## Ses habitudes de consommation:

Grande consommatrice de produits locaux depuis toujours majoritairement alimentaires, mais également plus rarement des produits de beauté et de décoration, Manon favorise au maximum l’achat de ses produits chez son commerçant de proximité.

Elle aime récupérer ses commandes en Click&Collect, pratique pour elle qui préfère éviter de prendre la voiture.

## Consommation en ligne

Lorsqu’elle achète sur son iPhone, elle aime et utilise aussi bien des applis que des sites web.

Les applications par souci de simplicité et de rapidité, et souvent lorsqu’elle est en déplacement.

Elle favorise le prix et la diversité des produits, ainsi que la rapidité de livraison. Elle achète principalement de l’équipement multimédia

des livres, des CD et films (Spotify, deezer, netflix, disney +) et du prêt-à-porter

## Elle est la technologie:

Elle a un iPhone mais n’est pas une “geek”, elle veut de la simplicité et de l’efficacité.



**C’est moins oppressant que les  
grandes surfaces où les centres  
commerciaux.**



## Elle aime ...

Favoriser les petits commerçants de son quartier, les supermarchés type Naturalia et les AMAP qu’elle découvre au fur et à mesure de ses balades dans le quartier, ou via les recommandations de ses amis.

En faisant ses courses localement, elle soutient l’économie de son quartier, elle adore se promener et acheter au marché du quartier le dimanche matin.



## Ce qu’il lui manque...

Elle aimerait trouver plus de produits issus de producteurs locaux et que sa fidélité soit récompensée.

Qu’il y ait plus de magasins de prêt-à-porter, de décoration et de loisirs pour qu’elle puisse consommer localement le plus possible.

Elle déteste devoir consommer chez les “gros distributeurs”.



## Ses aspirations...

Pouvoir commander en ligne, de son canapé, ou dans les transports mais garder une relation de proximité avec ses commerçants de quartier.

## Sarah BROWN



**“Mes commençants de quartier me connaissent, savent ce que je préfère et me conseillent”**



Femme



34 ans



Salariée



Banlieue de HK, originaire de Londres



En couple, 1 enfant

### Les applications qu'elle utilise



### Les réseaux sociaux qu'elle utilise



### Ses habitudes de consommation:

Sarah a ses habitudes, elle aime faire ces courses alimentaires dans son quartier dans les petits commerces qu'elle a repéré au fil de ses promenades. Mais ce n'est pas toujours facile avec son emploi du temps entre la vie de maman et le travail. Elle fait attention au prix. et à l'origine des produits qu'elle achète.

Elle va souvent chercher à emporté dans les petits restau du coin.

### Consommation en ligne

Elle achète peu en ligne mais parfois elle achète des vêtements, des livres et des cosmétique pour gagner du temps en regardant bien le prix et la livraison rapide.

Elle privilégie d'ailleurs l'achat sur son ordinateur, plus simple pour elle est plus rapide.

### Elle est la technologie:

Elle a un iphone et l'utilise surtout pour communiquer.



### Elle aime ...

Aller chez les petits commerçants de son quartier pour participer à l'économie local et créer une relations de confiance. Et les recommander à ses voisins.



### Ce qu'il lui manque...

Elle aimerait que ses commerçant propose le Click & Collect et pouvoir payer en ligne.

Elle aimerait plus de produit labélisé bio ou mieux connaître l'origine de ses produit



### Ses aspirations...

Pouvoir consommer facilement des produits avec une traçabilité transparente tout en gagnant du temps pour être plus disponible pour sa famille.

# Hélène DUPUIS



**"J'aimerais une solution pour acquérir de nouveaux clients"**



Femme



58 ans



Propriétaire d'une librairie



Vivant en ville à Nantes



Mariée, 3 enfants

## Les applications qu'elle utilise



## Les réseaux sociaux qu'elle utilise



## Son commerce:

- Son commerce est bien situé en centre ville mais il n'est pas très présent sur internet, elle anime sa page Facebook où elle communique sur les nouveautés et les promotions. Mais parfois elle fait de la publicité au cinéma du coin ou elle distribue des flyers en ville pour trouver de nouveaux clients.
- Le confinement et les grands magasins ont mis à mal son commerce.

## Ses services:

- Elle axe sa vente sur le conseil et le service, elle propose déjà le Click & Collect pour les commandes passées par téléphone.
- Mais elle aimerait offrir plus de services, comme la commande en ligne ou par e-mail et la livraison à domicile dans sa ville.

## Ses clients:

- Ses clients ont entre 35 et 50 ans, vivent dans sa ville ou au alentours. Et ils viennent plutôt à pied ou à vélo.

## Elle est la technologie:

- Ce n'est pas son fort, elle gère la page Facebook de son commerce mais n'est pas très présente sur les réseaux.



## Elle aime...

- Elle aime le contact avec ses clients, répondre à leurs besoins, les conseiller et surtout connaître leurs goûts.



## Ce qu'elle ne veut pas...

- Elle n'est pas très connectée, et elle ne veut pas se compliquer la vie avec internet. Elle ne veut pas dépenser plus pour son commerce, ou devoir gérer plus de services comme la livraison qui demande beaucoup de logistique et diminuerait ses marges.



## Ce qu'il lui manque...

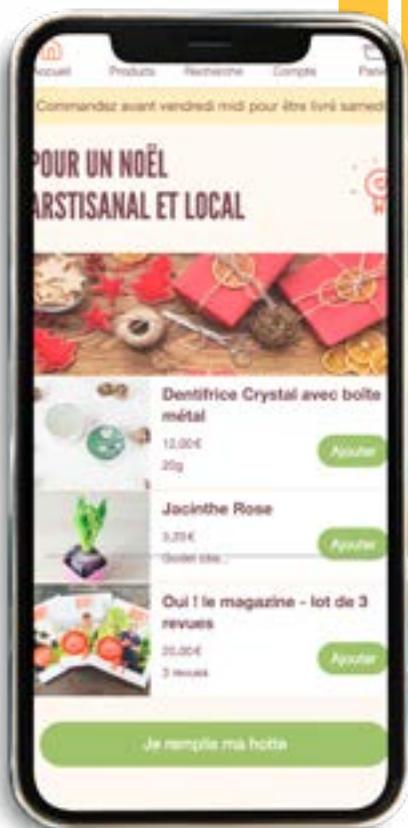
- Une solution pour rivaliser contre les grands distributeurs qui font baisser son CA au fil des années.
- Trouver de nouveaux clients et toucher une nouvelle cible.



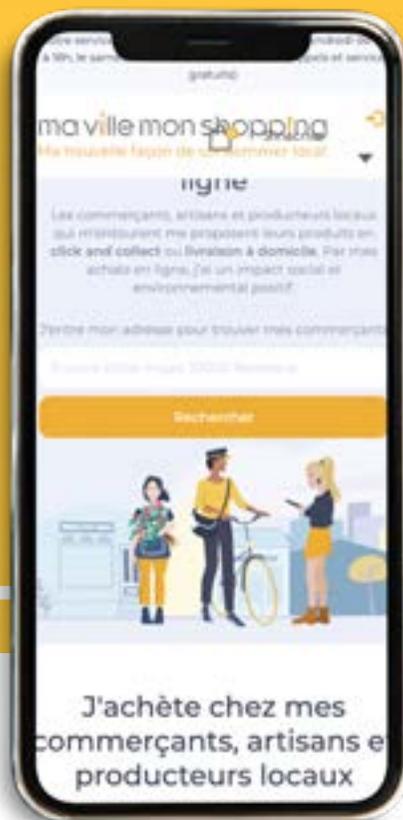
## Ses aspirations...

- Elle aimerait toucher plus des clients et promouvoir ses produits et son commerce pour augmenter son CA.

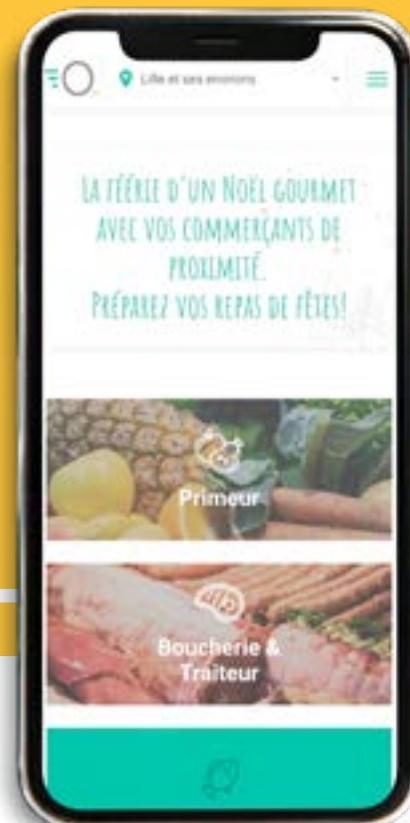
# Benchmark



LA RUCHE  QUI DIT OUI!  
à la maison



ma ville mon shopping  
Ma nouvelle façon de consommer local



Ollca.

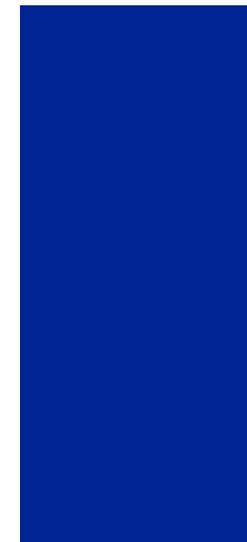
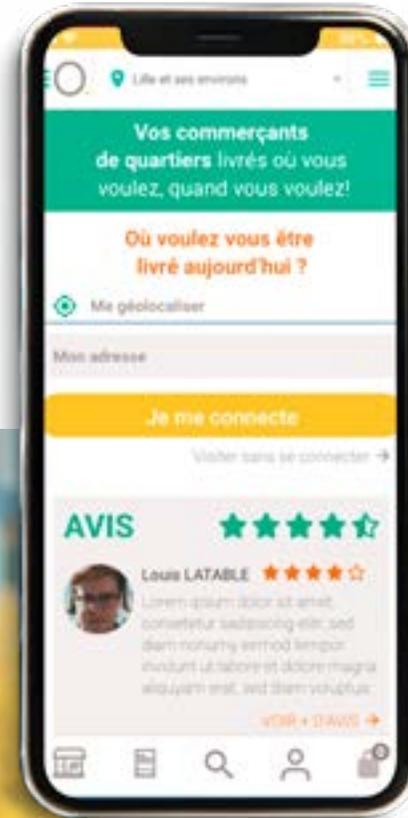
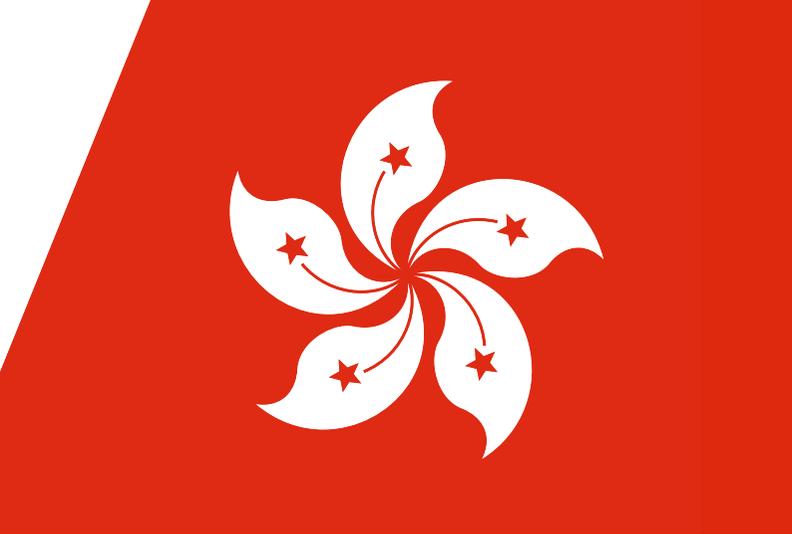
# Concept



**Ameliorer l'application OLLCA,  
la rendre plus intuitive et ajouter des  
services.**



# Supports



# Customer journey map



Manon / 30 ans / Salariée dans une agence parisienne

*" J'aimerais pouvoir consommer localement plus facilement "*

**Son rapport à la consommation:**

Elle favorise la consommation chez son commerçant local autant que possible

**Ce qu'elle veut:**

Connaître ses commerçants de quartier, faciliter ses achats et gagner du temps

**Sa relation avec son commerçant:**

Elle aime rester proche de son commerçant local

**Ce qu'elle ne veut pas:**

Faire de compromis sur la qualité de ses achats et perdre du temps

## Action / Tâches



### Point de contact



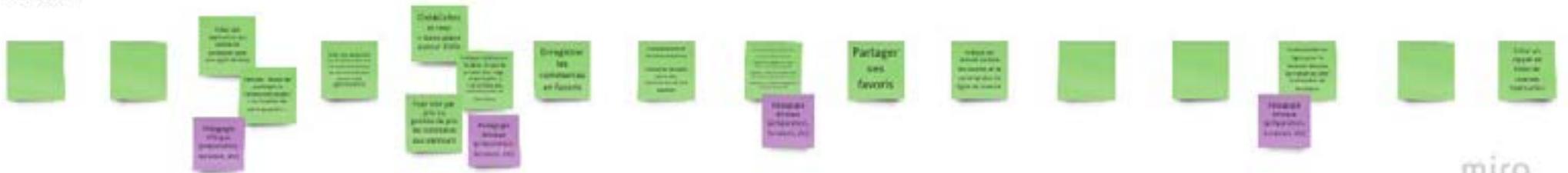
## Besoin



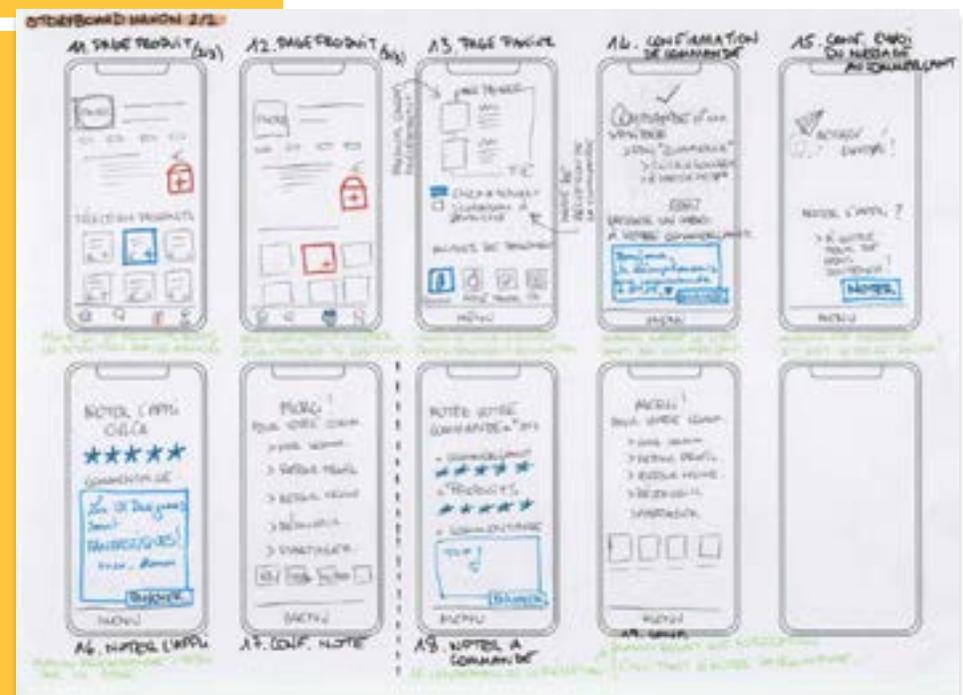
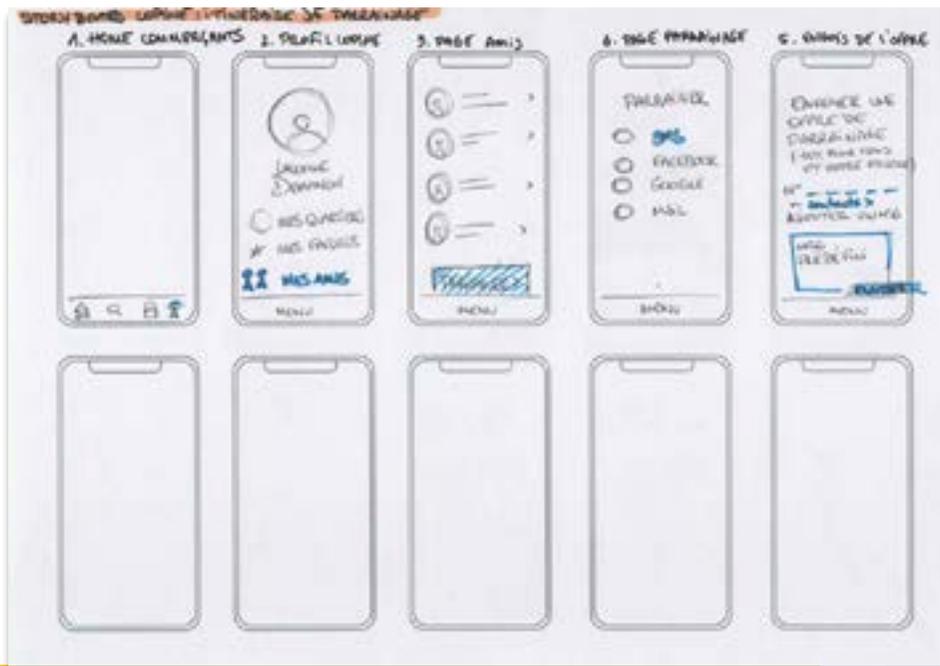
## Point de friction



## Solution



# Storyboards

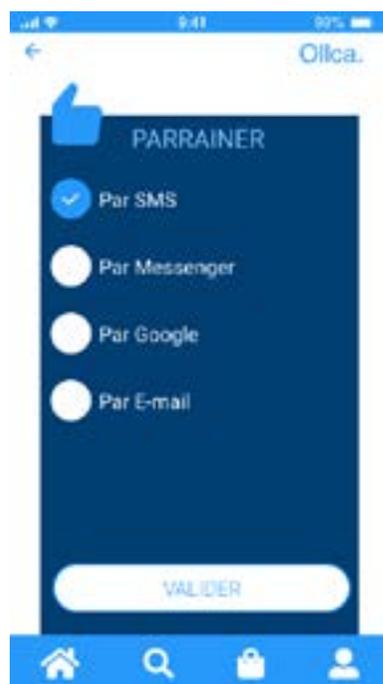
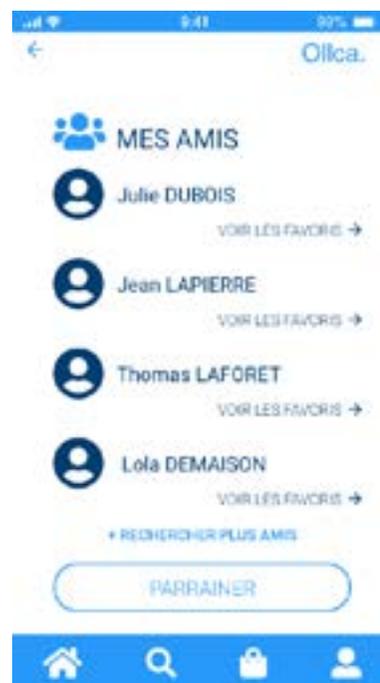


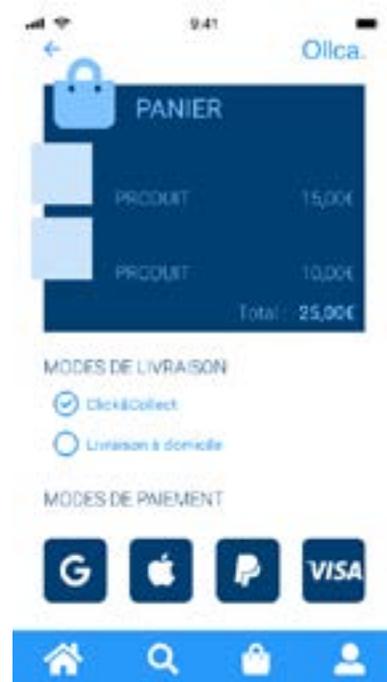
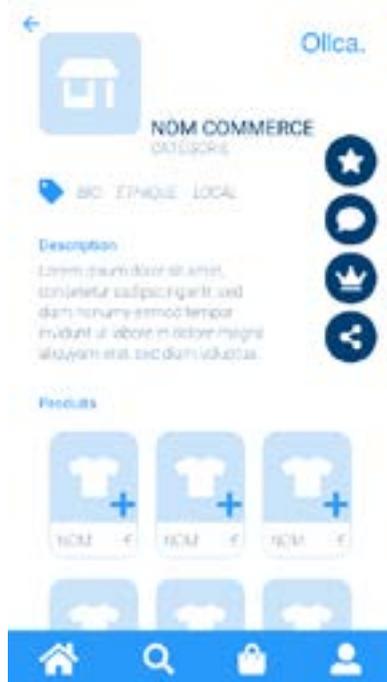
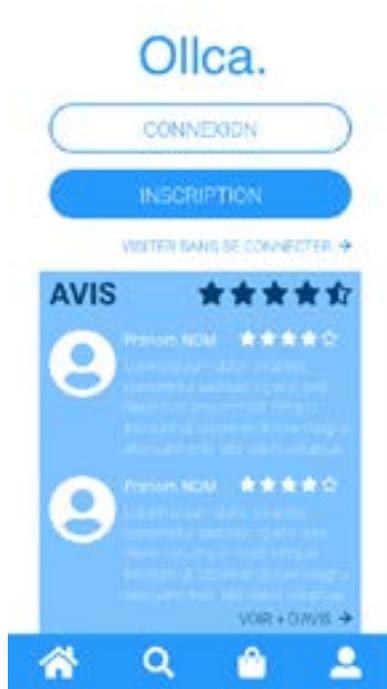
# Userflow

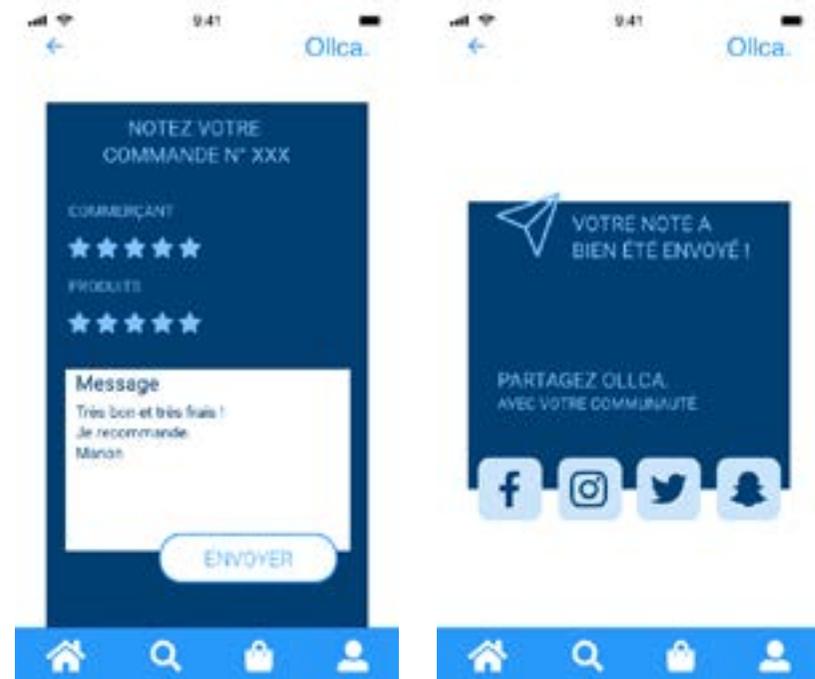
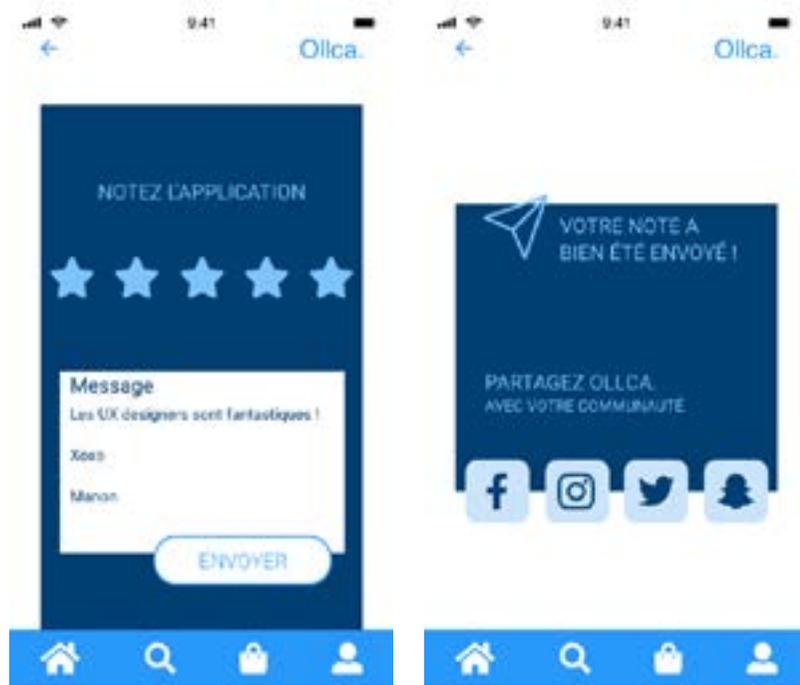


# Wireframes

## PARAINAGE POTE DE MANON







# Maquette

# Charte Graphique

## Logotype

≡ Ollca.



≡ O.

## Typographie

### ROBOTO

Thin

*Thin Italic*

Light

*Light Italic*

Regular

*Italic*

Medium

*Medium Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

**Black**

***Black Italic***

### AMATIC

THIN

ALMOST BEFORE WE KNEW IT, WE HAD LEFT THE GROUND

REGULAR

ALMOST BEFORE WE KNEW IT, WE HAD LEFT THE GROUND

Almost before we knew it, we had left the ground

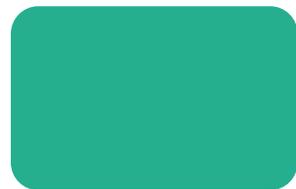
## Palette de couleur



**RVB** 240 126 7  
**CMJN** 0 59 98 0  
**Hex/HTML** F07E07



**RVB** 253 198 60  
**CMJN** 0 25 82 0  
**Hex/HTML** FDC63C



**RVB** 37 175 142  
**CMJN** 74 0 55 0  
**Hex/HTML** 25AF8E



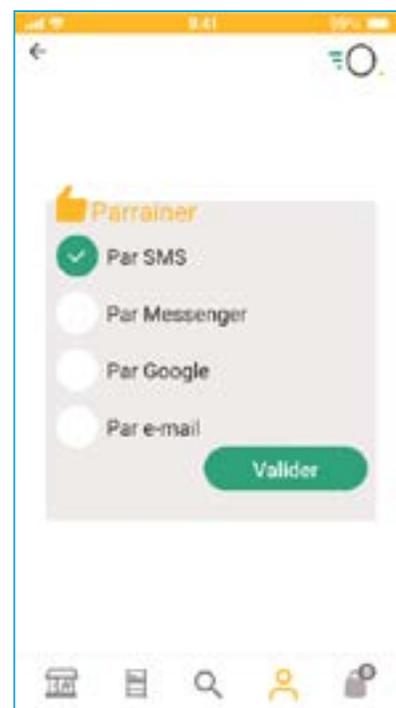
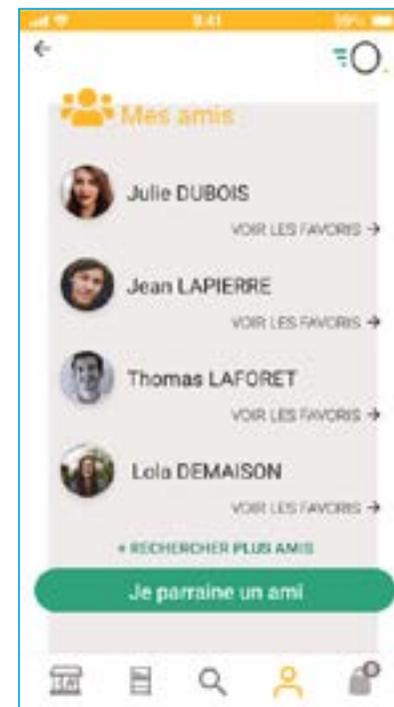
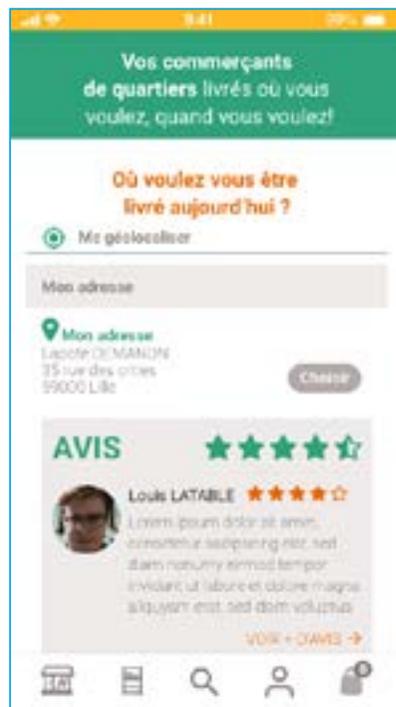
**RVB** 26 126 103  
**CMJN** 83 27 64 12  
**Hex/HTML** 25AF8E



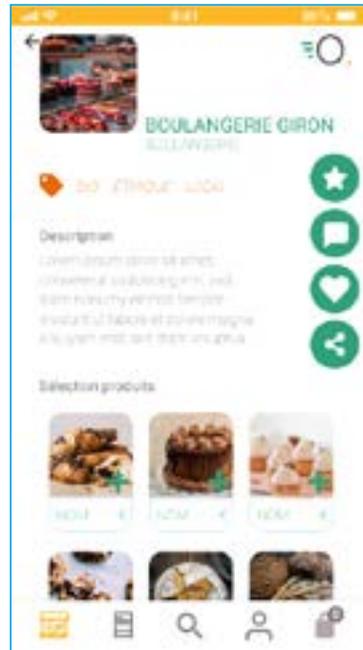
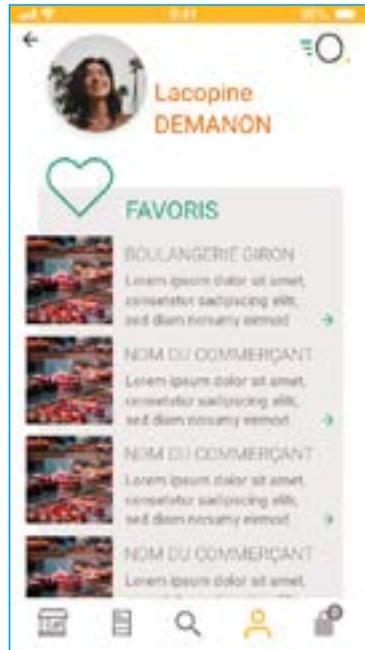
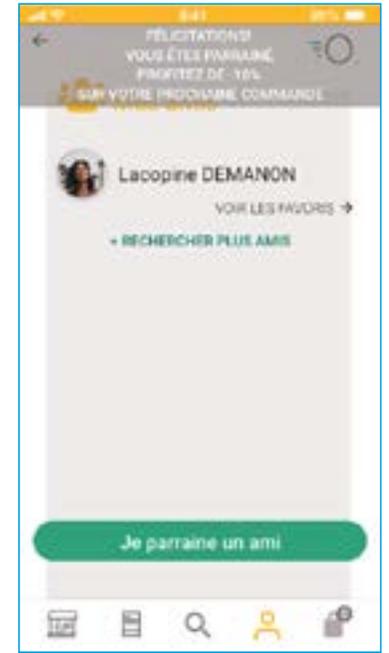
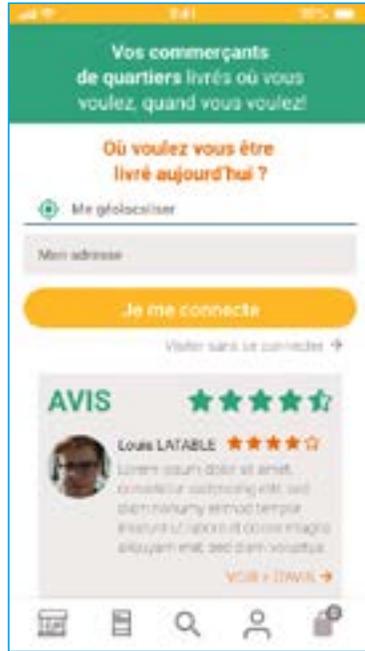
**RVB** 150 142 140  
**CMJN** 40 36 36 16  
**Hex/HTML** 968E8C

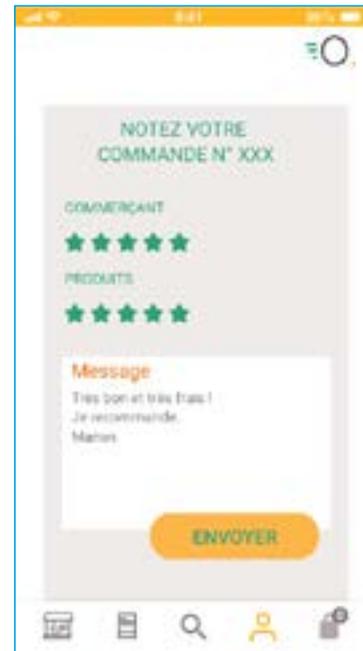
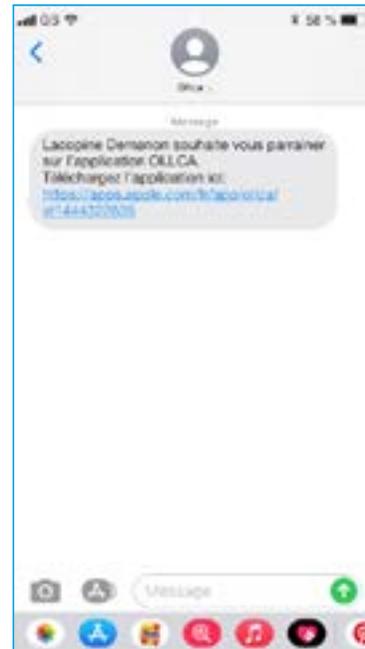
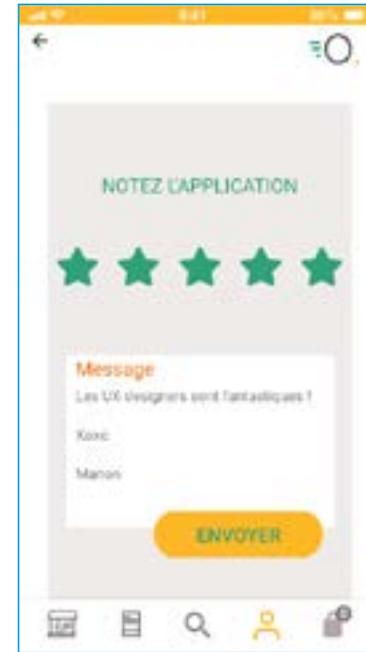
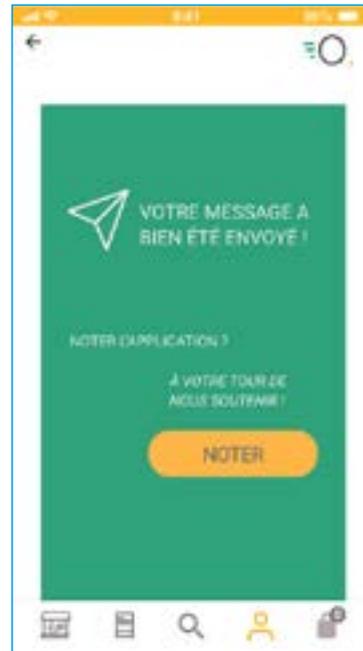


**RVB** 52 49 48  
**CMJN** 67 60 57 68  
**Hex/HTML** 343130



# MAQUETTE MANON





# Annexe

## Les points d'amélioration

- Ajouter une **entrée de téléchargement de l'applis** sur le site version tablette et mobile
- Resoudre les problemes de **chargement long** -> Ce n'est pas à nous de le faire, mais le site bug beaucoup, et est trop long dans un vrai cas c'est une infos essentielle a donner au client
- Ajouter la possibilité de **recommander son commerçant** + **mettre en avant ses commentaires** sur le page commerçants
- Ajouter un **système de parrainage** (avec avantage pour fidéliser)
- Ajouter un **système de fidélisation** (badge "vous êtes reconnus comme un amateur de fromage")
- Ajouter la possibilité de **noter son commerçant**, laisser un avis
- Ajouter une **messagerie en direct avec le commerçant** (pour demander des conseils ou donner des indications supplémentaires)
- Proposer un **abonnement mensuel pour la livraison gratuite** à domicile avec minimum d'achat
- Proposer **le paiement sur place pour le click & collect**
- Proposer **le paiement par carte ticket resto**
- Proposer **la géolocalisation sur son trajet** (connection avec application gps)
- Listes de **favoris**
- **Partager** ses favoris
- **Ajouter ses amis**
- **Partager un commerçant** sur les RS ou via messagerie
- Possibiliter de **filtrer par categorie de prix** - € - €€ - €€€
- Ouvrir au **autres type de commercant** (librairie, jouet...)