



Clic{2}
#Geeks;
</La Te@m du numérique>

AtypikHouse

Projet Bloc 2 dans le cadre du Bachelor Chef de Projet Digital

Date de début de projet

1er février 2021

Cheffe de projet et rédactrice :

Joanna CASACA

Version 1.4

Clic2Geeks - SARL

Capital de 30 000 €

Code APE 7410Z

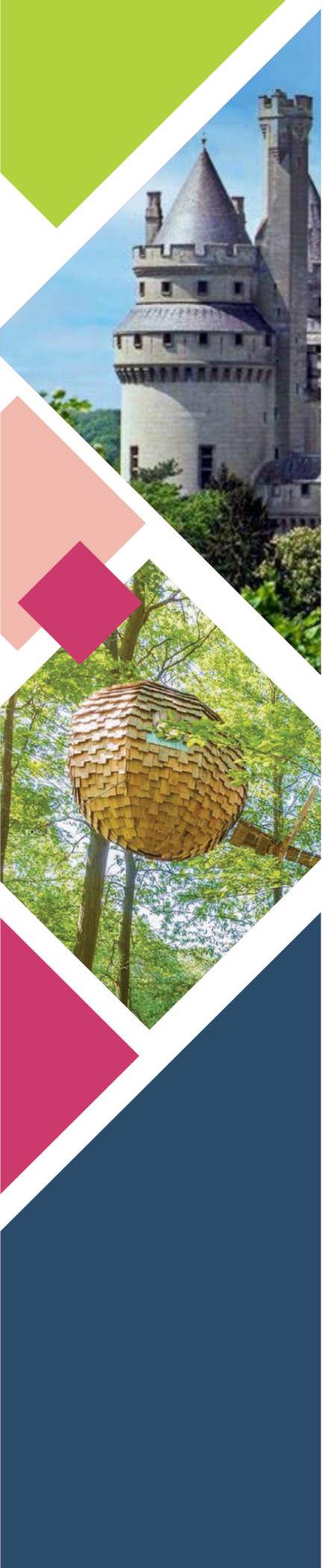
N° SIRET : 829 654 805 00011

Siège social : Allée de la Garonne

78990 Elancourt

06 68 11 41 35

j.casaca@clic2geeks.com



Edito

Atypik House est un projet d'études qui s'inscrit dans le cadre du Bloc 2 : Conception de maquettes et d'éléments visuels, du Bachelor Chef de Projet Digital.

Pour ce projet, le client est une société fictive, appelée Atypik House. Nouvel arrivant sur le marché de l'hébergement alternatif, il souhaite mettre en place une plateforme de réservation en ligne pour la location d'hébergements insolites du type : cabanes dans les arbres, yourtes, cabanes flottantes...

Ma mission sur ce second bloc, consiste à concevoir l'identité visuelle, le logo, la charte graphique, la maquette du site internet et tous les éléments de communication dont Atypik House aura besoin pour promouvoir ses services.

Dans ce dossier vous trouverez donc :

- › une partie "descriptif" reprenant les points essentiels sur le projet, sa mise en place et les personnes qui gravitent autour.
- › 1 planche à idées, 3 propositions de logos et les moodboards qui m'ont inspiré
- › la version finale du logo avec ses déclinaisons,
- › un guide d'utilisation de la charte graphique, palette couleurs avec les codes hexa, CMJN et RVB, les typographies, les règles d'utilisation du logo, les interdits et recommandations, les images et éléments graphiques.
- › 4 personas représentant chacun un profil utilisateur différent : visiteur, prospect, client, hôte.
- › les zonings, wireframes, maquettes visuelles des pages principales du site internet (version ordinateur et mobile)
- › les différents supports de communication : cartes de visite, papier à en-tête, flyer, bannières publicitaires, habillage réseaux sociaux.

Sommaire

A. Descriptif

1 Présentation de notre client	p.6
2 Présentation du projet	p.9
3 Présentation de notre agence	p.10
4 Comité de pilotage	p.12
5 Descriptif rédactionnel fonctionnel	p.14

B. Charte graphique

1 Logo	p.18 à 27	6 Wireframe	p.60 à 67
› Planche à idées.....	p.18	› Smartphone	p.60
› Proposition 1.....	p.20	› Tablette	p.62
› Proposition 2.....	p.22	› Ordinateur.....	p.64
› Proposition 3.....	p.24	7 Prototypes et tests utilisateurs... p.68	
› Version finale.....	p.26	› Test sur ordinateur	p.68
› Les déclinaisons.....	p.27	› Carte expérience.....	p.72
2 Guide d'utilisation	p.28 à 38	› Test sur mobile	p.74
› Les règles d'utilisation	p.28	› Carte expérience.....	p.76
› Les interdits et recommandations	p.29	8 Maquette finale.....	p.78 à 101
› Typographies et iconographies.....	p.30	› Smartphone	p.78
› Palettes couleurs et accessibilité....	p.32	› Tablette	p.84
› Images et éléments graphiques...p.36		› Ordinateur.....	p.92
3 Personas	p.39	9 Supports de COM.....	p.102 à 109
4 Tridecartes et arborescence	p.44 à 49	› Cartes de visite	p.102
5 Zoning.....	p.50 à 59	› Papier à en-tête	p.104
› Smartphone	p.52	› Flyer	p.106
› Tablette	p.54	› Bannières publicitaires	p.107
› Ordinateur.....	p.56	› Habillage réseaux sociaux.....	p.108
		10 Bibliographie	p.110

Partie A

Descriptif

1 Présentation de notre client	p.6/110
2 Présentation du projet	p.9/110
3 Présentation de notre agence	p.10/110
4 Comité de pilotage	p.12/110
5 Descriptif rédactionnel fonctionnel	p.14/110

Notre client : Présentation

Vous êtes une nouvelle société dans le domaine de l'habitat alternatif, située à Pierrefonds dans l'Oise. Vous êtes 3 associés qui partagent une **passion pour les voyages, l'habitat alternatif et la vie en harmonie avec la nature**. Après avoir collaboré sur divers événements ensemble, et effectué de nombreux voyages, vous avez décidé de vous **associer pour créer votre société : Atypik House**.

Meilleurs amis depuis l'enfance, Gabriel et Lucas, vous êtes tous deux originaires de Pierrefonds. Vous avez passé votre enfance à jouer dans la forêt de Compiègne, et vous y aviez même votre cabane dans un arbre. C'était votre repaire secret et vous avez toujours rêvé de vivre de votre passion à l'âge adulte.

Sarah, quant à vous, vous avez beaucoup voyagé pendant vos études. A 20 ans, vous vous êtes installée à Paris, et êtes devenue chargée de projet événementiel. Mais la vie citadine vous étouffait et vous trouviez souvent refuge à Pierrefonds où vous avez fait la connaissance de Gabriel et Lucas, avec qui vous avez très vite sympathisé.

Ensemble vous avez effectué des voyages à travers l'Europe et testé toutes sortes d'expériences. Vous avez aussi rencontré beaucoup de personnes et noués de nombreuses relations. Quelques années plus tard, quand l'occasion s'est présentée, vous avez saisi votre chance en créant **Atypik House**.

Atypik House

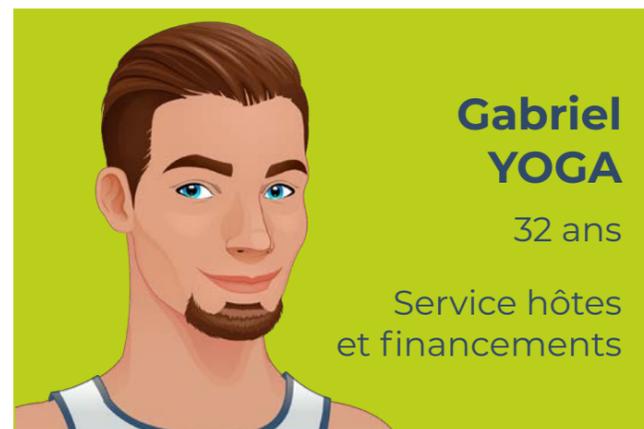
Rue de la Fontaine Porchers
60350 Pierrefonds

SARL - Capital social : 20 000 €

N° RCS : Compiègne A 492 855 890

Créée le 27-01-2020

Code APE : Hébergement touristique
et autre hébergement de courte durée
(5520Z)



En réunissant vos compétences, moyens techniques et financiers, **vous avez cumulé un capital de départ de 10 000€** mais ce n'était pas suffisant pour couvrir tous les frais de lancement.

Vous avez donc effectué une **levée de fonds** qui vous a permis d'augmenter votre capital de départ.

Grâce à vos nombreux contacts, vous avez développé une première offre d'hébergements avec différents domaines et hôtes en France et en Europe, ce qui vous a permis de générer un **chiffre d'affaires de 150 000€** avec un **panier moyen de 118€** sur les **6 premiers mois** d'activité.

Vous avez aussi agrandi votre équipe en y accueillant : **1 responsable RH, administratif et financier, 1 responsable de secteur France, 1 responsable de secteur Europe**.

Mais **votre point fort** ne réside pas dans l'hébergement insolite mais plutôt dans **l'expérience client**.

Votre objectif : **Proposer une immersion totale au coeur de l'insolite et du rêve. Une expérience à 360°, ainsi que des événements thématiques réguliers tout au long de l'année dans les différents domaines rattachés à votre site internet.**

L'occasion pour Sarah, de déployer tout son talent pour concocter des programmes inédits et sur-mesure aux clients, et leur faire vivre une expérience unique et personnalisée.

Vous avez maintenant besoin de vous faire connaître du grand public et c'est ici que nous intervenons.

Atypik House aujourd'hui c'est une trentaine d'hébergements en France répartis en :

- Bretagne,
- Corse,
- Côte d'Azur,
- Oise,
- Savoie.

...et un **réseau de partenaires** couvrant la France, la Belgique, la Suisse, l'Espagne et l'Italie.

Equipe Atypik House

Sarah EVENT : Co-fondatrice & Responsable de projets événementiels

Lucas LATOUR : Co-fondateur & Responsable du service clients et réservations

Gabriel YOGA : Co-fondateur & Responsable du service hôtes et financements

Mélanie SOARES : Responsable RH, Administratif et Financier

Léana FRECA : Responsable de secteur France, Belgique et Suisse

Diego GUTTIEREZ : Responsable de secteur Europe (Espagne, Italie)

D'autres recrutements sont en cours pour les postes suivants :

- Chargé de marketing digital et communication
- Community manager
- Chargé(s) de projet événementiel

Notre client :

SWOT

Forces : Vous avez noués beaucoup de relations que ce soit dans le secteur de l'hébergement alternatif, le sport, l'événementiel et le tourisme. Vous avez déjà une petite clientèle fidèle grâce à qui vous avez pu généré un peu de chiffres d'affaires, vos nombreuses relations sont autant de possibilités de partenariats et vos compétences pluridisciplinaires sont un plus.

Faiblesses : Etant arrivé récemment sur le marché, vous n'avez pas encore eu le temps de vous faire connaître du grand public. De plus, la concurrence est forte dans ce secteur et il n'est pas facile de se faire une place sans une bonne stratégie.

Opportunités : Le marché de l'habitat insolite attire la clientèle, et ne cesse d'évoluer avec une croissance annuelle de 20% et la montée en puissance du web. La crise sanitaire n'a pas perturbé cette croissance, elle l'a même renforcé. Elle a incité les français à changer leurs habitudes et à adopter de nouveaux comportements pour les vacances. Ce qui est plutôt bon pour les affaires !

Menaces : Il reste une très forte concurrence et avec les réglementations plus strictes et l'évolution constante des technologies et il faut constamment s'adapter. Attention aussi aux bad buzz causés par l'insatisfaction des clients. Ils peuvent être fatals selon l'ampleur qu'ils prennent surtout s'ils ne sont pas pris en charge rapidement.

Conclusion : Nous vous conseillons de miser sur vos forces pour mieux saisir les opportunités du marché, tout en gardant un œil attentif sur les éventuelles menaces.

Forces

- › Bonnes connaissances des types d'hébergements, des services proposés et des attentes des clients
- › Equipe jeune, dynamique et passionnée
- › Compétences pluridisciplinaires : événementiel, sport et tourisme
- › Nombreuses relations en France et en Europe, possibilité de partenariats

Faiblesses

- › Peu de visibilité
- › Aucune ressource digitale
- › Pas de stratégie marketing
- › Très peu de communication externe en dehors du bouche à oreille

Opportunités

- › Le caractère insolite attire la clientèle
- › Croissance annuelle de 20%
- › Montée en puissance du web
- › La crise sanitaire incite les français à changer leurs habitudes pour les vacances : naissance de nouveaux comportements.

Menaces

- › Crise sanitaire : fermeture forcée
- › Très forte concurrence
- › Evolution constante des technologies
- › Règlementations plus strictes
- › Bad buzz / insatisfaction des clients

Présentation du projet

Vous faites appel à nous dans le cadre de la création de votre site internet.

Vous souhaitez développer votre activité en proposant de la location d'habitats alternatifs en France et en Europe.

Sur votre site, vous souhaitez que les internautes puissent :

- › consulter les différents hébergements,
- › réserver et payer en ligne,
- › créer un compte, se connecter, et gérer leur espace client,
- › découvrir votre activité, votre histoire et suivre votre actualité,
- › vous contacter via un formulaire.

Afin de proposer de la nouveauté et toujours plus d'hébergements, les propriétaires d'hébergements atypiques auront la possibilité de proposer leurs biens en location. Ils bénéficieront, par la même occasion, de votre notoriété, de vos campagnes de marketing et de vos services événementiels.

Votre objectif : Pouvoir développer en plus de la location d'hébergements, l'expérience insolite personnalisée et sur-mesure dans tous les domaines et chez tous les hôtes rattachés à votre site.

Vous avez à coeur de devenir LA référence européenne de l'expérience insolite d'ici 3 ans.

Reformulations des besoins

Nous avons vu lors de notre étude de marché, que l'hébergement alternatif est un secteur en pleine expansion avec une très forte concurrence déjà bien installée.

En tant que nouvelle entreprise entrant sur le marché, votre priorité, est donc de **gagner en notoriété, pour vous faire une place rapidement.**

Vous avez besoin pour cela :

- › d'une **stratégie marketing**,
- › d'un **plan de communication**
- › d'une **identité visuelle** (logo, charte graphique, supports de communication...),
- › d'un **site internet** (maquette, développement, tests, hébergement, mise en ligne et référencement).

Notre agence : Présentation

Comme le disait si bien Albert Einstein :
« La créativité c'est l'intelligence qui s'amuse ! ».

Chez Clic2Geeks nous en avons fait notre philosophie. En effet, lassés par nos habitudes routinières de salariés, nous avons récemment décidé d'unir nos talents pour créer un nouveau chapitre dans nos vies professionnelles.

C'est ainsi qu'est née, Clic2Geeks, la team du numérique ! Nous sommes une SARL familiale, composée de 3 associés (mon mari, mon beau-frère et moi) et 4 employés.

Créée en février 2020, Clic2Geeks est spécialisée dans la création de site internet, d'applications web, et de communication digitale.

Nous proposons à nos clients une communication à 360° mais aussi des prestations techniques et matérielles. Nous évoluons dans un environnement chaleureux et convivial et nous aspirons à créer avec nos clients une relation de confiance et de proximité. Confiez-nous votre projet et évoluons-ensemble !

Clic2Geeks

Allée de la Garonne
78990 Elancourt

SARL - Capital social : 30 000 €

N° SIRET : 829 654 805 00011

Créée le 03-02-2020

Code APE : Activités spécialisées de design (7410Z)

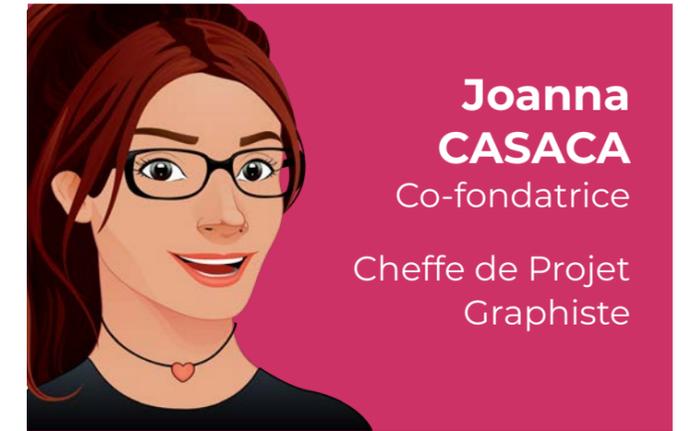
Notre activité :

- › Création graphique (logo, charte graphique, carte de visite, flyer, PLV...),
- › Création de sites internet et applications web,
- › Conseils et stratégie en marketing et communication,
- › Rédaction web et optimisation SEO
- › Animation et gestion de vos réseaux sociaux

Autres prestations :

- › Configuration et montage de PC sur mesure,
- › Installation et paramétrage du parc informatique complet,
- › Assistance et prise en main du serveur à distance.

Notre agence : L'équipe complète



Atypik House

Rue de la Fontaine Porchers
60350 Pierrefonds

SARL - Capital social : 10 000 €

N° RCS : Compiègne A 492 855 890

Créée le 27-01-2020

Code APE : Hébergement touristique
et autre hébergement de courte durée
(5520Z)

Comité de pilotage : Maître d'ouvrage

Membres	Lucas LATOUR	Gabriel YOGA	Sarah EVENT
Rôle	Co-fondateur Guide touristique et service client	Co-fondateur Coach sportif et bien-être	Co-fondatrice Chargée de projet événementiel
Téléphone	06 25 50 75 01	06 25 50 75 02	06 25 50 75 03
Adresse mail	l.latour@ atypikhouse.com	g.yoga@ atypikhouse.com	s.event@ atypikhouse.com
Disponibilités	Du lundi au jeudi de 10h à 19h et le vendredi de 10h à 14h	Du lundi au jeudi de 10h à 19h et le vendredi de 10h à 14h	
Période de congés	Du 15 au 19 février	Du 22 au 26 février	Du 19 au 30 avril
Personnes remplaçantes	➤ Gabriel YOGA ➤ Sarah EVENT	➤ Sarah EVENT ➤ Lucas LATOUR	➤ Gabriel YOGA ➤ Lucas LATOUR

L'agence Clic2Geeks

Siège social :

Allée de la Garonne
78990 Elancourt

Standard : 01 30 62 41 30

Mail : projet@clic2geeks.com

Comité de pilotage : Maître d'oeuvre

Membres	Joanna CASACA	Dylan GIL AMARO	André FREIRE	Emilie MARQUES
Rôle	Cheffe de Projet Graphiste	Développeur Consultant SEO	Admin System	Chargée de marketing
Téléphone	06 68 11 41 35	06 68 11 41 36	06 68 11 41 37	06 68 11 41 39
Adresse mail	j.casaca@ clic2geeks.com	d.gilamaro@ clic2geeks.com	a.freire@ clic2geeks.com	e.marques@ clic2geeks.com
Nombres de jours travaillés	29, 5 jours + temps de gestion du projet (sur toute la durée du projet)	42 jours : ➤ Développeur : 37 j ➤ Consultant SEO : 5 j	6 jours	14 jours
Disponibilités	Du lundi au vendredi de 9h à 19h et le samedi de 11h à 14h (en cas d'urgence).	Du lundi au vendredi de 9h à 17h		
Période de congés	Pas de congés prévus pendant le projet.	Du 15 au 26 février inclus	Du 12 au 30 avril inclus	Du 10 au 25 mai inclus
Personne remplaçante	Dylan GIL AMARO	Joanna CASACA André FREIRE	Joanna CASACA	Joanna CASACA

Descriptif rédactionnel fonctionnel

Lexique :

Front-office : c'est l'interface utilisateur. La partie visible et accessible par tous.

Back-office : Ce sont les coulisses d'un site, la partie non visible par les internautes. C'est l'interface qui permet de gérer le contenu d'un site dynamique, en arrière-plan.

Responsive : Le terme Responsive Design ou Responsive Web Design, désigne le fait qu'un site internet est conçu de façon à s'adapter à toutes les tailles d'écrans et de ce fait est accessible et lisible sur tous les appareils (ordinateurs, tablettes, smartphones).

Zoning et Wireframe : aussi appelée maquette filaire ou maquette fonctionnelle. C'est un schéma utilisé lors de la conception d'interface utilisateur pour définir les zones et composants qu'elle doit contenir.

Abréviations et acronymes :

Admin : Administrateur

CDP : Cheffe de Projet

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

A propos du projet

L'objectif est la mise en relation et la réservation en ligne de location d'hébergements alternatifs en France et en Europe : cabanes dans les arbres, bulles, yourtes, tipis...

Aujourd'hui, grâce à ses nombreuses relations, l'entreprise propose une cinquantaine d'hébergements en Europe, mais cherche à développer son offre en proposant à des propriétaires de mettre en location leurs hébergements sur le futur site internet d'Atypik House.

Le nom de domaine pressenti est **atypikhouse.com**.

Le projet dans sa totalité couvre :

- › une étude de marché,
- › une stratégie marketing,
- › un plan de communication sur un an,
- › la création d'une identité visuelle (logo, charte graphique, supports de communication...),
- › la création du site internet (maquette, développement, tests, hébergement, mise en ligne et référencement).

Pour cette partie, nous allons nous concentrer essentiellement sur la création du site internet.

Environnement

Nous avons décidé de partir sur un développement avec le **CMS Wordpress**. Le thème sera créé par nos soins, à partir de la maquette réalisée par notre graphiste.

Nous utiliserons **WooCommerce pour les fonctionnalités** liées à la partie e-commerce comme :

- › la **vente et gestion des produits** (prix, catalogue, caractéristiques, disponibilité...)

- › le **paiement en ligne** (Paypal, Carte Bancaire, virement, différé...)
- › la **gestion des statistiques de vente** (coûts des taxes, évaluations des produits...)
- › la **mise en place d'actions marketing** (promotions, meilleures ventes...).

WooCommerce est une plateforme open source de commerce électronique. Elle est gratuite et facilement modulable grâce à des extensions, et elle est compatible avec la plupart des thèmes. Il sera donc envisageable d'ajouter des fonctionnalités complémentaires comme un planning de réservation pour les locations et la création de comptes clients.

Wordpress propose également de son côté, de nombreuses extensions gratuites et payantes. Afin d'optimiser les ressources de temps, humaines, et financières, nous exploiterons au maximum l'utilisation de ces extensions.

Fonctionnalités attendues sur le site

Front-office

- › formulaire d'inscription client,
- › formulaire d'inscription hôte,
- › espace de connexion/déconnexion,
- › formulaire de recherche avec filtres pour les résultats,
- › planning de réservation,
- › panier,
- › mode de paiement en ligne,
- › système de réservation et de gestion d'historique,
- › espace pour gérer ses annonces (hôtes),
- › formulaire de contact,
- › formulaire d'inscription à la newsletter,
- › partage sur les réseaux sociaux,

- › espace pour laisser des avis clients

Back-office

- › moyen de suivre les statistiques de trafic du site (Google Analytics),
- › moyen d'optimiser le référencement naturel (Yoast SEO)
- › gestion de la base de données,
- › gestion et mise à jour des extensions,
- › gestion des pages, articles, utilisateurs...

Contraintes

Le site doit être responsive et être optimisé pour une utilisation mobile.

Il doit être ergonomique. Le menu du site se situe en haut. Il est remplacé par un menu "hamburger" sur les versions mobiles (smartphones et tablettes).

Toutes les pages du site doivent être cohérentes et en adéquation avec la charte graphique. Chaque demande de modification ou suppression fera l'objet d'une confirmation.

Les images doivent être optimisées ainsi que le temps de chargement des pages.

Le site est grand public et risque d'attirer un fort trafic. Il doit être compatible avec les dernières versions des navigateurs Chrome, Firefox, Microsoft Edge...

Il doit être sécurisé : https, certificat SSL, paiement sécurisé.

Les normes RGPD doivent être respectées : mise en place d'une politique de confidentialité, ajouter une bannière de gestion des cookies et une page mentions légales.

Caractéristiques utilisateurs

Nous avons identifié 4 types d'utilisateurs pour votre site :

1 | Le visiteur : est considéré comme visiteur, un utilisateur qui n'a pas créé de compte client sur le site.

Il a accès à toutes les pages du site et peut effectuer une réservation et payer en ligne. Il peut aussi à tout moment créer son compte client pour accéder au programme de fidélité et gérer ses réservations.

2 | Le client locataire : on considère ici comme client, un visiteur qui a déjà créé un compte client.

Il a les mêmes accès et possibilités d'action qu'un simple visiteur qui n'a pas de compte. Mais en se connectant à son compte à l'aide de son identifiant (adresse mail et mot de passe), il pourra aussi accéder à :

- › son profil client (infos personnelles)
- › un historique de ses réservations,
- › le suivi de ses réservations,
- › la possibilité d'annuler ses réservations
- › son statut dans le programme fidélité

3 | Le client hôte : on considère ici comme hôte, un visiteur qui a déjà créé un compte en tant qu'hôte pour proposer au moins une location d'hébergement.

Comme le client locataire, il a les mêmes accès et possibilités d'action qu'un simple visiteur mais en se connectant à son compte, il pourra accéder à :

- › son profil d'hôte,
- › ses annonces publiées,
- › un historique de ses réservations,
- › les réservations en cours,
- › la possibilité de créer, modifier ou supprimer des annonces.

4 | L'administrateur : Concernant le rôle d'administrateur, nous nous réservons ce droit pour pouvoir accéder au back-office pendant le développement et intervenir en cas de problèmes après la mise en ligne.

Quant au **client Atypik House**, il aura un **rôle d'éditeur**. C'est-à-dire qu'il aura les mêmes droits que l'administrateur sauf en ce qui concerne la gestion de la base de données et des utilisateurs. Ce droit est exclusivement réservé à l'administrateur.

Exigences pour la base de données

L'application doit avoir ses propres accès à la base de données. Des identifiants particuliers devront être fournis aux mainteneurs.

Un utilisateur doit avoir :

- › un nom et un prénom
- › un identifiant/adresse mail
- › un mot de passe

Les rôles à attribuer :

- › Abonné (clients)
- › Contributeur (hôtes)
- › Editeur (les 3 associés, gérants du site)
- › Administrateur (Clic2Geeks)

Un visiteur n'est pas enregistré dans la base de données.

Une annonce a au moins :

- › un créateur (hôte)
- › un titre
- › une description
- › un prix
- › des caractéristiques (type d'habitat, superficie, équipements...)
- › des photos

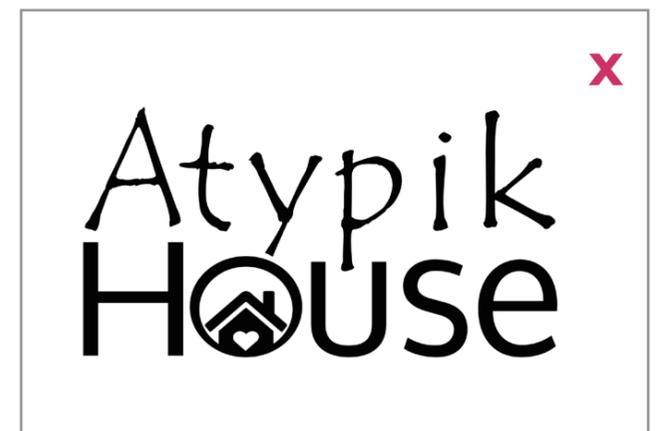
Quant au code source, il sera sauvegardé manuellement à chaque modification.

Partie B

Charte graphique

1 Logo : propositions et version finale	p.18/110
2 Guide d'utilisation de la charte graphique	p.28/110
3 Personas de design	p.39/110
4 Tri de cartes et arborescence	p.44/110
5 Zoning	p.50/110
6 Wireframe	p.60/110
7 Prototypes et tests utilisateurs	p.68/110
8 Maquette finale	p.78/110
9 Supports de communication	p.102/110
10 Bibliographie	p.110/110

Logo :
Planche à idées



Vacances / Mer / Vagues
 Liberté et évasion
 Sable chaud / Ciel bleu
 Coucher de soleil
 Couple / Amour

Logo : Proposition 1

Composition du logo

1] La vague rappelle la mer, un moment d'évasion et de liberté. Calme et tranquillité. Les couleurs renforcent ce sentiment avec le bleu qui rappelle la mer et le ciel, ainsi que le jaune qui lui rappelle, le sable chaud et le soleil.

Le nom "Atypik House" suit la vague. Ce qui donne un sentiment de mouvement, de mobilité mais aussi d'imprévisibilité. On ne sait jamais ce que nous réserve les vagues.

2] Le coeur en négatif est un clin d'oeil à notre cible principale : les couples à la recherche d'un moment romantique.

3] Le toit coloré de la maison centrale est un clin d'oeil aux côtés "atypique" des hébergements. Au milieu des maisons standards on trouve celle qui sort du lot.



Avis du client : Logo sympa mais pas adapté au secteur d'activité. Il fait penser à un logo de cabinet d'architecture : "Nous créons la maison de votre rêve".

Il manque le côté nature avec une touche de vert. Les couleurs font penser aux vacances d'été le ciel bleu, le sable chaud, un sentiment de liberté et d'évasion, oui c'est sympa, mais peut-être avec un autre style de logo.

Le côté atypique n'est pas assez mis en avant. On le voit bien sur les versions monochromes, la particularité du toit coloré, disparaît, et avec lui, le côté atypique.

Idee à conserver pour un autre projet, mais pas pour Atypik House.

Moodboard



Ne rêvez plus... vivez l'insolite !

Logo : Proposition 2

Composition du logo

- 1] Le curseur de souris rappelle le côté digital. Le service est en ligne et l'accès se fait sur la plateforme en ligne. Un clic peut faire parcourir le monde.
- 2] En parlant de parcourir le monde, nous avons utilisé une balise de localisation pour le point sur le i. Son inclinaison fait également pensé à une feuille qui se détache de sa branche en automne, ce qui rappelle la nature.
- 3] Le côté nature et mobilité est renforcé avec la fleur, dont les pétales sont constituées de balises de localisation qui convergent toutes en un point : le centre de la fleur. Ce qui peut également représenter le site Atypik House. Peu importe le point de départ, la destination reste la même la plateforme en ligne. La fleur plaira à la cible féminine.

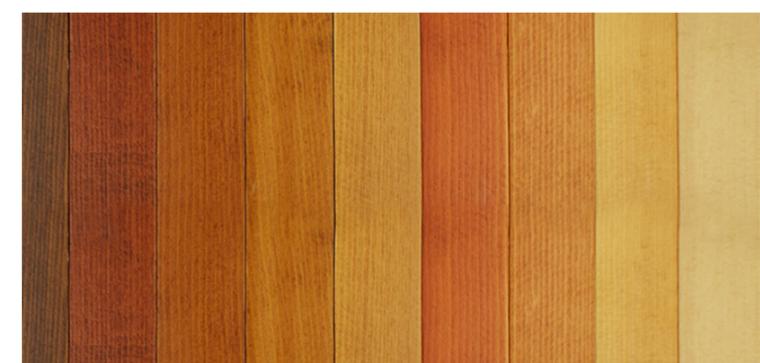
Les couleurs s'inspirent de l'automne : la couleur des feuilles mortes, mais aussi le bois, la terre, les arbres, les marrons. Ce sont des couleurs chaleureuses et apaisantes. Elles invitent à un moment de détente.

Avis du client : Le logo rappelle bien la nature avec la fleur et ses couleurs. En revanche, nous n'avons pas remarqué que les pétales étaient des balises de localisation. Pour nous, c'était juste une fleur. Donc tout le message sur la mobilité est intéressant mais pas compris à la première impression.

Le choix des couleurs est harmonieux, mais rappelle beaucoup trop l'automne. L'idée est de pouvoir communiquer tout au long de l'année, alors qu'en est-il des autres saisons ? Y a-t-il une déclinaison de couleurs prévue pour chaque saison ? Trop de couleurs pourraient perturber le message et on ne reconnaîtrait pas forcément l'identité visuelle. Pas convaincus.

L'idée est intéressante, peut être avec d'autres couleurs mais nous attendons les autres propositions.

Mobilité / Localisation
Romantisme / Femmes
Feuilles / Arbres / Forêt
Automne / Nature
Bois / Terre



Ne rêvez plus...
vivez l'insolite !



Moodboard

Logo : Proposition 3

Composition du logo

- 1] Nous sommes partis sur l'idée des hébergements atypiques comme les bulles et les tipis, qui invitent à vivre une expérience unique et intime. Entrez dans un nouveau monde, voilà le message. Ils peuvent aussi être déclinés pour s'intégrer parfaitement au nom Atypik House (le tipi pour le A et la bulle pour le O).
- 2] La cible principale sont les couples et plus particulièrement les jeunes femmes à la recherche d'un moment romantique insolite. Le coeur en négatif rappelle donc le côté romantique recherché. La recherche d'un nid d'amour le temps d'un court séjour.
- 3] Le curseur de souris rappelle le côté digital. Le service est en ligne et l'accès se fait sur la plateforme en ligne. Un clic peut faire parcourir le monde.
- 4] La typographie utilisée ici est "Tempus Sans ITC". Elle fait penser à des pousses de bambou ou des branches. Elle rappelle donc le côté nature, qui est renforcé par la couleur verte également. Pour le mot "House", on a utilisé la typo Raleway, moins fantaisiste pour rappeler le côté solide des fondations de tout hébergement.

Château / Pierre / Roche
Hébergements insolites
Nature / Découverte/ Fleurs
Nuit / Romance
Couple / Amoureux



Avis du client : L'idée principale est intéressante et le choix des couleurs est harmonieux. En revanche, il y a trop d'éléments. Le logo pourrait être simplifié en mettant en avant soit le tipi soit la bulle (de préférence la bulle). Le tipi pourra être utilisé dans les supports de communication par la suite. Le côté digital est bien pensé mais pas nécessaire.

En ce qui concerne les typographies, celle utilisée pour "Atypik" est originale et sympa, mais nous souhaitons changer celle de "House". Et pour finir, nous adorons l'idée d'utiliser la bulle séparément comme favicon ou filigrane pour les visuels sur nos réseaux sociaux.



Moodboard



Ne rêvez plus...
vivez l'insolite !



Tempus Sans ITC

Oxygen

Montserrat

Tarzana Nar OT



Logo : Version finale

Composition du logo

Amélioration de la proposition 3 en prenant en compte les demandes de modifications du client.



- 1| A la demande du client, nous avons conservé uniquement la bulle, et supprimé le tipi. Cette bulle pourra être utilisée séparément en tant que favicon, filigrane pour les visuels sur les réseaux sociaux et servira de déclinaison du logo sous une taille inférieure à la taille minimale, pour une plus grande visibilité.
- 2| Le coeur en négatif, comme nous l'avions précisé précédemment, rappelle le côté romantique recherché. La recherche d'un nid d'amour le temps d'un court séjour.
- 4| Nous avons conservé la typographie "Tempus Sans ITC", qui fait penser à des pousses de bambou ou des branches. Elle rappelle le côté nature, qui est renforcé par la couleur verte également.
- 5| Pour le mot "House", on a utilisé la typo "Oxygen", un peu plus arrondie au niveau des lettres "s" et "u".



Logo : Les déclinaisons

Logo en couleurs sur fond uni

Gris :
#8f8d8d
143 ; 141 ; 141
44 ; 36 ; 35 ; 15

Vert :
#bacf1b
186 ; 207 ; 27
36 ; 0 ; 95 ; 0



Logo en niveau de gris et monochrome



Les règles d'utilisation

Zone de protection

Il s'agit de la zone autour du logo à l'intérieur de laquelle aucune image et aucun texte ne peuvent figurer.

Cette zone permet aussi de garder des marges de sécurité pour éviter que le logo soit coupé lors de l'impression des documents.

Pour ce logo, la zone de protection n'est pas fixe. Elle dépendra de la taille du document.

Pour cela, le guide ci-contre vous sera fourni lors de la livraison du logo. Il vous permettra de garder un espace égale de chaque côté du logo peu importe la taille du document.

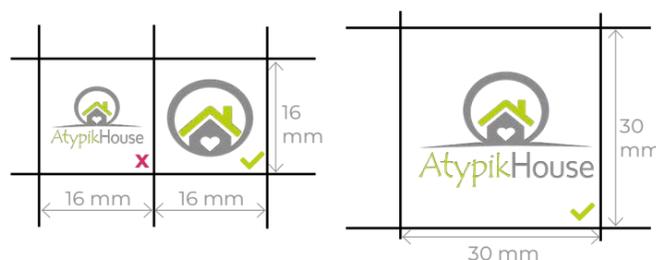
Taille minimum

Il s'agit de la taille la plus petite à laquelle le logo est encore lisible. En dessous de cette taille, il est possible d'utiliser le logo, mais il sera très difficile voire impossible de le lire correctement.

Le logo Atypik House a une taille minimum variée. Le logo sur un fond uni, que ce soit en couleur ou en monochrome a une taille minimale de 16 mm (soit 45 px).

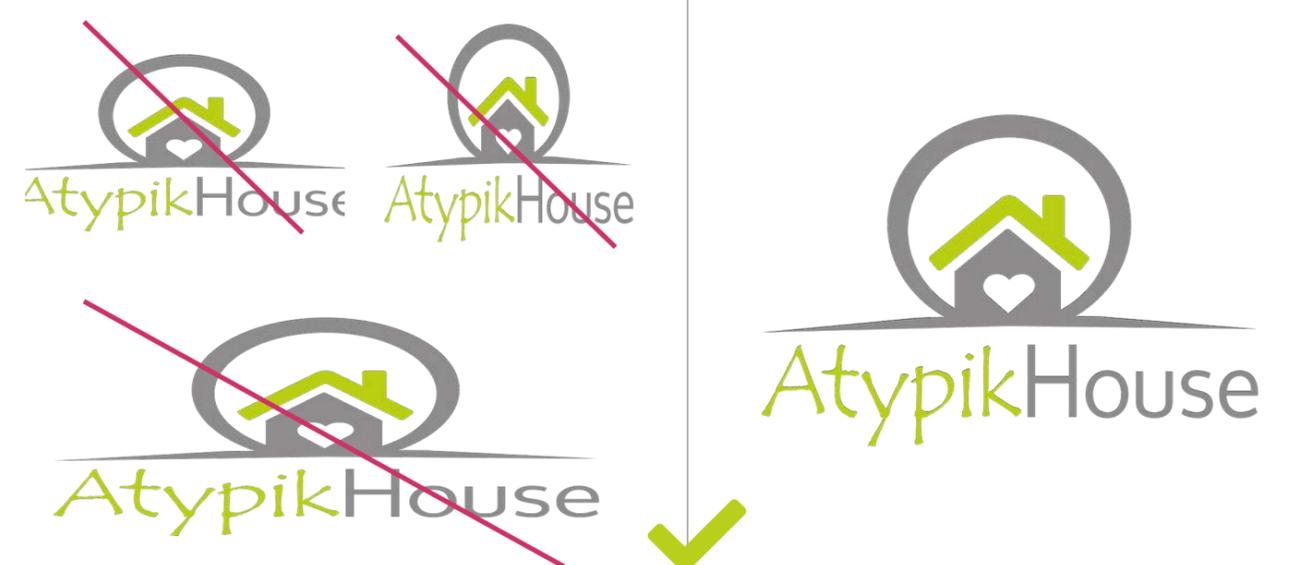


Pour la version gris-vert sur fond blanc, la taille minimale 16 mm est illisible. Le "Atypik" en vert ne se lit pas. Il faudra donc remplacer le logo par le favicon, ou opter pour une taille minimale de 30 mm.



Les interdits et les recommandations

Ne pas modifier, couper ou déformer



Ne pas mettre de fond sur le logo



Sur fonds visuels, le logo n'est pas très visible. Ne soyez pas tenté d'ajouter un fond uni. Optez plutôt, pour l'une de ces solutions :

- 1| Privilégier la version monochrome
- 2| Prévoir un espace avec un fond uni dans le document, de préférence bleu. Le logo ressortira davantage que sur fond blanc.

Attention aux contrastes de couleurs !!!

Il faut éviter de mettre le logo sur un fond trop proche de ses couleurs d'origines (exemple vert sur vert, foncé sur foncé, clair sur clair).

Jouez sur les contrastes ! Plus la couleur est éloignée du fond, mieux c'est. Voici quelques exemples ci-dessous.



Typographies & iconographie

La typographie contribue à imposer l'identité visuelle d'une entreprise ou d'une marque et doit être appliquée de façon cohérente sur tous les documents. Pour assurer la cohérence visuelle de votre identité, vous devrez exclusivement utiliser les polices de caractères suivantes.

Les polices et caractères qui composent le logo

Tempus Sans ITC Regular
Atypik

Cette police est aussi utilisée pour le slogan :

Ne rêvez plus... vivez l'insolite !

Oxygen Regular
House

Fontawesome 5 Free
Polices de symboles



Les polices de symboles

Fontawesome 5
Free



Brands



Cette police est utilisée pour les :

- › Icônes,
- › Pictos,
- › Boutons web,
- › Puces...

A savoir à propos des licences :

La police "Tempus Sans ITC" est gratuite et libre de droits. Elle a été téléchargé sur le site dafont.com.

La police "Fontawesome" est téléchargeable sur le site fontawesome.com. Nous avons une version gratuite, mais il existe aussi une version pro qui est payante.

Les polices "Oxygen" et "Montserrat" sont disponibles par l'intermédiaire d'une licence Open Source. Elles peuvent être utilisées gratuitement aussi bien pour un usage personnel que commercial, comme toute autre police de la bibliothèque Adobe Fonts. Oxygen fait aussi partie du répertoire de Google fonts.

Police utilisée pour les titres, sous-titres et textes : Montserrat

Black
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

Titres : Montserrat Black

Taille standard : 24pt

Atypik House

Taille minimum : 16pt

Atypik House

Bold
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

Sous-titres : Montserrat Bold

Taille standard : 12pt

Une expérience unique

Taille minimum : 10pt

Une expérience unique

Light
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

Textes : Montserrat Light

Taille standard : 12pt - Interlignes : 16pt

- › Interlignes liste à puces : 18pt
- › Interlignes paragraphes : 24pt
- › Interlignes sous-parties : 30pt

Exemple : Vellabor erumetur, que volent pro exerion pliqui vendant plitam is quisimp oremqui ra vellam. Bus pro eat omnia dollend escider uptatur alis min nis rehent.

Coribusci blam fugiat aut pliasit prepta voluptiae ide nulluptiatem volorpo rescis sa ipis pa cumquis nihicia sa nis

La police Montserrat est une grande famille. Les autres graisses comme la **Regular**, **Italic**, **Semi Bold**, **Bold Italic**, **Extra Bold**... pourront être utilisées si nécessaire. Ce document a été rédigé en Montserrat en appliquant les réglages standards cités précédemment.

Palette couleurs & accessibilité

Cette palette a été composée à l'aide d'un moodboard réalisé avec des images en lien avec les mots-clés suivants : château, pierre, roche, hébergements insolites, nature, découverte, fleurs, nuit, romance, couple, amoureux.

Couleurs principales

Un vert acidulé pour les notions de nature, découverte, bien-être mais aussi de développement durable, souvent associée à ce type d'hebergement.

	C : 36 M : 0 J : 95 N : 0	R : 186 V : 207 B : 27 #bacf1b
--	------------------------------------	---

Un gris moyen. Ni trop clair, ni trop foncé, associé aux mots château, pierre, roche. Il peut être utilisé pour les fonds de documents, les éléments inactifs et certains titres.

	C : 44 M : 36 J : 35 N : 15	R : 143 V : 141 B : 141 #8f8d8d
--	--------------------------------------	--

Le bleu foncé rappelle la tombée de la nuit, l'intimité. Il est aussi associé aux notions de romance, couple, amoureux. Il donne aussi un sentiment de confiance et de sécurité. Il peut être utilisé pour les fonds, les liens, les titres et les sous-titres.

	C : 87 M : 67 J : 36 N : 24	R : 48 V : 73 B : 105 #304969
--	--------------------------------------	--

Couleurs secondaires

Un vert plus foncé utilisé pour les ombres, les contrastes avec le vert principal mais également en remplacement du vert acidulé sur certains documents où le contraste est trop faible (exemple texte ou icône en petite taille sur fond blanc).

	C : 53 M : 28 J : 98 N : 13	R : 131 V : 141 B : 42 #828c2a
--	--------------------------------------	---

Le rose et le beige rappellent la couleur des pétales de roses ou autres fleurs. Ils apportent une touche de féminité et de romantisme.

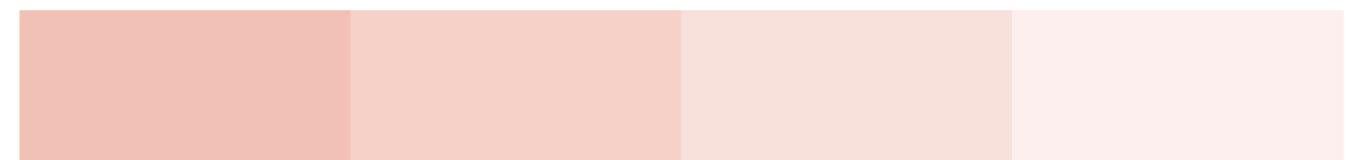
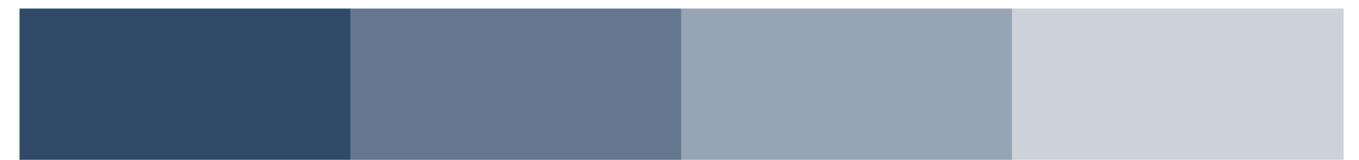
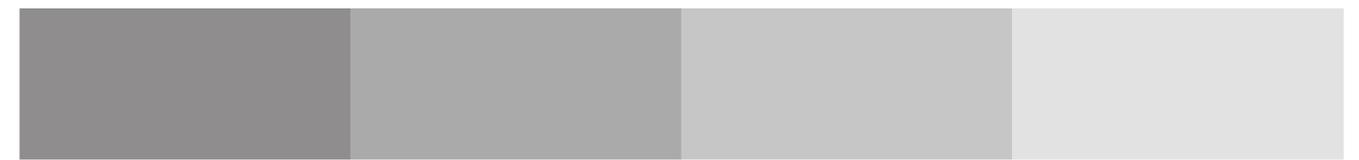
	C : 14 M : 91 J : 35 N : 3	R : 205 V : 50 B : 102 #cd3266
	C : 4 M : 31 J : 25 N : 0	R : 242 V : 193 B : 182 #f1c1b6

100%

75%

50%

25%

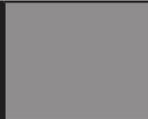
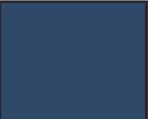


Cette palette a aussi été étudiée, à l'aide du site color.review, dans le but de répondre à la norme WCAG pour permettre l'accessibilité pour les personnes atteintes de daltonisme.

Environ 217 millions de personnes vivent avec une déficience visuelle. La norme WCAG a été élaborée dans le but d'assurer l'accessibilité et la lisibilité à ces personnes, autant que possible, en travaillant le contraste entre les couleurs. Pour encore plus d'efficacité, le site color.review utilise 2 niveaux : AA et AAA plus strict.

Vous retrouverez ci-dessous, les différentes associations de couleurs de votre charte graphique ainsi que les résultats de notre étude sur color.review.

Privilégiez les combinaisons dont le contraste est égal ou supérieur à 4,5 (niveau AA)

Couleurs à associer									
		X	✓	X	X	✓	✓	✓	X
	21	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	
	3,3	6,3	X	X	X	X	X	X	X
	1,7	12	1,8	X	X	✓	X	X	X
	3,6	5,7	1,1	2	X	X	X	X	X
	9,1	2,2	2,7	5,2	2,5	X	X	✓	
	4,9	4,2	1,4	2,8	1,3	1,8	X	X	X
	1,6	13	2	1	2,2	5,7	2,8	X	

A savoir : Pour le **niveau AA**, le contraste requis pour le **texte est de 4,5**. Les **titres** et le texte volumineux nécessitent **au moins 3**. Le gros texte est compris entre 14pt et 18pt.

Pour le **niveau AAA**, le contraste requis pour le **texte est de 7**. Les **titres** et le texte volumineux nécessitent **au moins 4,5**.

Les éléments d'interface tels que **les boutons et les curseurs**, nécessitent un contraste d'**au moins 3**.

		Le contraste est de 21. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA ✓ https://color.review/check/000000-FFFFFF
		Le contraste est de 13. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA ✓ https://color.review/check/000000-F1C1B6
		Le contraste est de 12. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA ✓ https://color.review/check/000000-BACF1B
		Le contraste est de 9,1. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA ✓ https://color.review/check/FFFFFF-304969
		Le contraste est de 6,3. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA X https://color.review/check/000000-8F8D8D
		Le contraste est de 5,7. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA ✓ https://color.review/check/000000-828C2A
		Le contraste est de 5,7. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA X https://color.review/check/304969-F1C1B6
		Le contraste est de 5,2. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA X https://color.review/check/304969-BACF1B
		Le contraste est de 4,9. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA ✓ - AAA X https://color.review/check/FFFFFF-CD3266
		Le contraste est de 4,2. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA X - AAA X https://color.review/check/000000-CD3266
		Le contraste est de 3,3. Titres : AA ✓ - AAA ✓ Textes : AA X - AAA X https://color.review/check/FFFFFF-8F8D8D

Images et éléments graphiques

Toutes les images utilisées dans les maquettes et supports de communication sont gratuites et libres de droits. Elles proviennent d'une de ces banques d'images :

- <https://fr.freepik.com/>
- <https://pixabay.com/fr/>

Pour les besoins de la maquette, certaines images ont été dupliquées plusieurs fois, en attendant les fichiers finaux (fournis par vos soins).

Les boutons et liens

Normal	Hover	Actif

Les icônes

Tous les icônes/pictos utilisés dans le cadre du projet proviennent de la police gratuite et libre de droit Fontawesome 5. Voici un récapitulatif de tous les icônes que vous pourrez retrouver dans les supports de communication et l'interface du site internet.

Fontawesome 5 Free Solid			
	Précédent		Sélection de la langue du site
	Suivant / Puce texte		Calendrier / Dates
	Haut / Fermer		Hébergements
	Bas / Ouvrir		Voir la carte / Destinations
	Ouvrir		Je réserve
	Fermer		Envoyer
	En savoir plus / Voir plus		Je m'abonne (Newsletter)
	Menu		Devenir hôte
	Accueil		Niveau de satisfaction (coeur plein)
	Contact		J'aime
	Identifiez-vous		Je n'aime pas
	Panier		Commentaires / Réponses
	Rechercher		Partager
Fontawesome 5 Free Regular		Fontawesome 5 Brands	
	Likes		Instagram
	Dislikes		Facebook
	Niveau de satisfaction (coeur vide)		Twitter
	Fermer / Moins d'infos		

Les autres Call-to-action

Désactiver	Activer
	
	
	
	

Dans le cas de l'identification pour la réservation, l'utilisateur se retrouve devant un formulaire de création de compte avec un bouton "Je crée mon compte". Mais on lui propose aussi la possibilité de "Continuer en tant qu'invité" sans créer de compte.

Pour ce genre d'action, nous mettons en avant un bouton pour la création de compte et minimisons la visibilité de l'autre option en mettant un lien plus discret.

Voici quelques exemples :

Je suis un nouveau client

Je crée mon compte

[Continuer en tant qu'invité](#)

Je suis déjà client

[Mot de passe oublié ?](#)

Je me connecte

Et si vous gagniez du temps pour la prochaine fois ?

[Non merci](#) **Je crée mon compte**

Personas de design

Nous avons maintenant notre charte graphique bien définie. Avant de passer au maquettage du site internet, nous allons nous mettre à la place de nos futurs utilisateurs, à plusieurs étapes de leur parcours. Pour nous aider à identifier leurs futurs besoins et principales attentes, nous avons identifié les 4 profils suivants :



Haru KIMURA

Visiteur : Ne connaît pas Atypik House

- Aucune affinité avec l'entreprise
- Connaissance nulle des services proposés

"Je découvre le site d'Atypik House pour la première fois. **Je souhaite m'informer.**"



Roxy BENETT

Prospecte : Connaît un peu Atypik House

- Intérêt pour l'entreprise
- Très peu de connaissances des services proposés

"Une collègue m'a parlé d'Atypik House. Je suis intéressée. **Je veux en savoir plus sur les hébergements proposés.**"



Elena SALVATTI

Cliente : Connaît bien Atypik House

- Intérêt pour l'entreprise
- Connaissances des services proposés

"J'ai un compte client. Je suis une habituée. **Je souhaite faire une nouvelle réservation.**"



Pedro SANCHEZ

Propriétaire : Connaît un peu Atypik House

"J'ai hérité d'un domaine en Espagne. J'ai entendu parler d'Atypik House.

Je souhaite proposer mes hébergements en location sur le site."

Entrons maintenant dans les détails, en analysant leur profil utilisateur, leurs attentes et les réponses que le site peut leur apporter en fonction de leurs besoins.

Nous avons imaginé un scénario différent pour chaque persona, répondant à des besoins spécifiques, pour proposer des réponses adaptées.



Haru KIMURA 19 ans, Visiteur

- Connecté
- Dynamique
- Sociable
- Imprévisible
- Aventurier
- Créatif

« Je découvre le site d'Atypik House pour la première fois.
Je souhaite m'informer. »

Haru a une âme d'aventurier et aime beaucoup voyager. Il aime partir à la découverte de l'inconnu et cherche constamment de nouvelles expériences à vivre. Toujours partant pour une sortie entre potes, il aime relever de nouveaux défis, et les partager avec ses abonnés sur les réseaux sociaux où il est très actif.

Actuellement à la recherche de nouvelles idées pour son prochain défi vidéo, ses recherches l'ont conduit sur le site d'Atypik House grâce aux mots-clés "expérience insolite".

Parcours type d'un visiteur

Je me renseigne sur l'entreprise :

- › Son histoire, sa philosophie, ses services
- › Avis clients/ blog / réseaux sociaux
- › Contact

Je consulte l'offre d'hébergements :

- › Filtrer les résultats
- › Photos/avis
- › Descriptif et caractéristiques
- › Services et prix
- › Disponibilités

Je souhaite réserver une location :

- › Continuer en tant qu'invité
- › Réserver et sélectionner les options

Je confirme ma réservation :

- › Choisir de payer plus tard et confirmer la réservation.
- › Créer un compte client pour la prochaine fois.

Ses attentes / besoins

- › Se renseigner sur l'entreprise
- › Consulter l'offre d'hébergements
- › Lire les avis des clients
- › Créer un compte client
- › Réserver en ligne
- › Choisir le mode de paiement

Réponses Atypik House

- › Faciliter la consultation des hébergements grâce à des filtres
- › Possibilité de réserver sans créer de compte client
- › Proposer plusieurs modes de paiement et la possibilité de payer plus tard.
- › Proposer de créer un compte avec les infos recueillies lors de la réservation.



Roxy BENETT 25 ans, Prospecte

- Romantique
- Rêveuse
- Calme
- Réservée
- Connectée
- Sportive

« Une collègue m'a parlé d'Atypik House. Je suis intéressée.
Je veux en savoir plus sur les hébergements proposés. »

Roxy est une grande romantique. Après une journée de travail stressante, c'est dans les bras de son conjoint qu'elle trouve du réconfort. Elle rêve aussi de vivre son propre conte de fées. Sa collègue Elena, lui a parlé de son dernier séjour qu'elle avait réservé sur Atypik House. dans un domaine en Italie, où elle avait séjourné dans une bulle avec son mari. Roxy rêve de vivre une expérience similaire et cherche à partir avec son amoureux pour le week-end de la Saint-Valentin. Elle souhaite donc en découvrir davantage sur Atypik House et consulter son offre d'hébergements et les services proposés.

Parcours type d'un prospecte

J'effectue une recherche :

- › Faire une recherche via le formulaire d'accueil
- › Affiner la recherche avec les filtres

Je consulte les résultats :

- › Filtrer les résultats
- › Photos/avis
- › Descriptif et caractéristiques
- › Services et prix
- › Disponibilités

Je souhaite réserver une location :

- › Créer un compte client
- › Réserver et sélectionner les options
- › Enregistrer mon panier pour plus tard

Je confirme ma réservation :

- › Se connecter à son compte client
- › Valider son panier
- › Choisir le mode de paiement
- › Payer en ligne et finaliser la réservation

Ses attentes / besoins

- › Effectuer une recherche
- › Filtrer et consulter les résultats
- › Consulter les détails des hébergements
- › Lire les avis des clients
- › Créer un compte client
- › Réserver en ligne

Réponses Atypik House

- › Proposer un formulaire simple avec option recherche avancée pour plus de filtres
- › Formulaire d'inscription pour la création d'un compte client facile rapide et gratuit
- › Proposer la possibilité d'enregistrer le panier et de finaliser la réservation plus tard
- › Proposer des solutions de paiement en ligne, par exemple : Paypal



Elena SALVATTI
31 ans, Cliente

- Créative
- Rêveuse
- Attentionnée
- Organisée
- Sociable
- Responsable

« J'ai un compte client. Je suis une habituée.
Je souhaite faire une nouvelle réservation. »

Elena, cliente chez Atypik House, est depuis quelques années une habituée de la plateforme. Tous les ans, pour l'anniversaire de son mari, elle réserve un week-end dans un hébergement et un domaine différent pour vivre une nouvelle expérience et offrir son lot de surprises à son mari.

Elle connaît bien le site et les services d'Atypik House, et souhaite faire une nouvelle réservation. Elle ne manque pas non plus de laisser son avis sur le site, chaque fois qu'elle revient d'un séjour.

Parcours type d'une cliente

- Je me connecte à mon compte :**
 - Se connecter avec mes identifiants
 - Consulter mon espace client
 - Consulter mes notifications
- Je recherche une location bien spécifique :**
 - Faire une recherche avancée
 - Consulter les résultats et le planning de réservation
- Je souhaite réserver :**
 - Réserver et sélectionner les options
 - Payer en ligne et finaliser ma réservation
- Je laisse mon avis :**
 - Laisser une note et un commentaire sur le site mais aussi sur les réseaux sociaux
 - Suivre l'actualité d'Atypik House

Ses attentes / besoins

- Se connecter à son espace client
- Consulter son historique de réservation
- Consulter son compte fidélité
- Effectuer une recherche
- Filtrer et consulter les résultats
- Réserver et payer en ligne
- Laisser un commentaire

Réponses Atypik House

- Système de connexion/déconnexion à l'espace client
- Possibilité de consulter l'historique des réservations, et le compte fidélité à partir de l'espace client
- Proposer un système de notation et un espace commentaire pour les clients



Pedro SANCHEZ
34 ans, Propriétaire

- Amical
- Serviable
- Réactif
- Proche de la nature
- Attentionné
- Sportif

« J'ai hérité d'un domaine en Espagne. J'ai entendu parler d'Atypik House.
Je souhaite proposer mes hébergements en location sur le site. »

Pedro, vient d'hériter du domaine de son grand-père en Espagne. Il possède maintenant 10 cabanes dans les arbres, 10 yourtes, 10 tipis, et 5 roulottes. Son domaine se situe autour d'un lac, où il propose de nombreuses activités nautiques, comme le canoë kayak, le pédalo, des ballades en radeau... Il propose d'autres activités comme le tir à l'arc, l'escalade, l'accrobranche, des séances de yoga en plein air... Il cherche à se faire connaître et à élargir sa clientèle européenne. Il est très intéressé par Atypik House et souhaite en savoir davantage sur les modalités de partenariat.

Parcours type d'un propriétaire (qui souhaite devenir hôte)

- Je me renseigne sur l'entreprise :**
 - Son histoire, sa philosophie, ses services
 - Avis clients/ blog / réseaux sociaux
- Je souhaite proposer mes hébergements :**
 - S'informer sur les modalités d'inscription, les services et avantages et les modalités de paiement.
- Je veux créer mon compte d'hôte :**
 - Créer mon compte
 - Configurer mon profil et paramétrer mes préférences
- Je créer ma 1ère annonce :**
 - Configurer les caractéristiques type, tarifs, photos, équipements...
 - Enregistrer et visualiser l'annonce.

Ses attentes / besoins

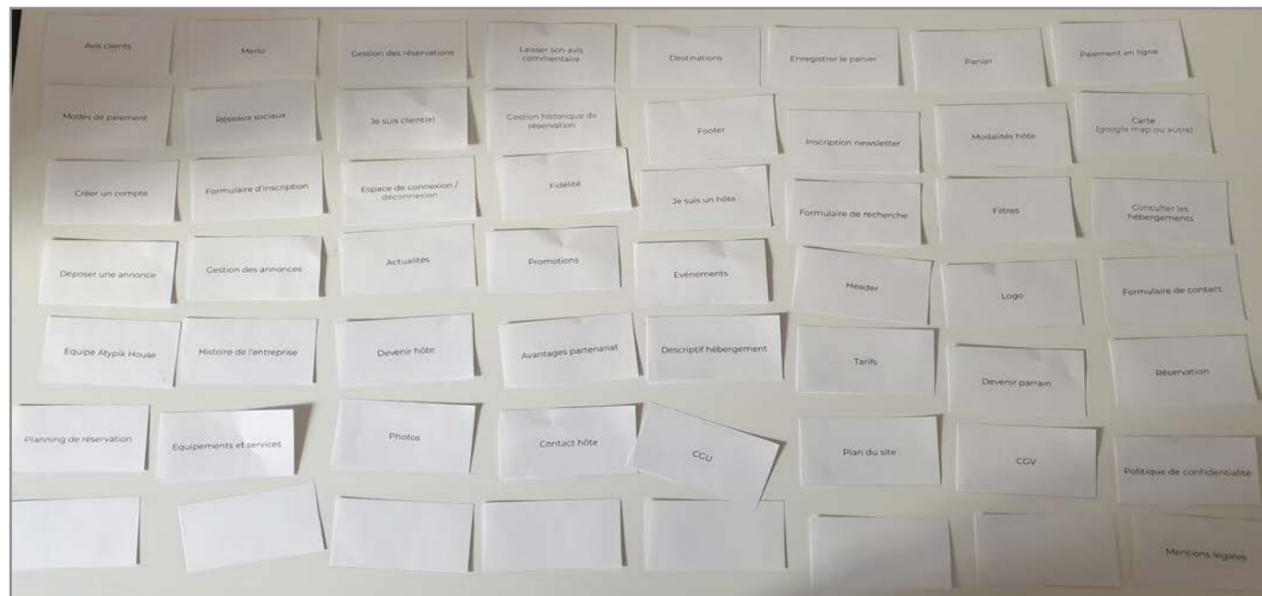
- Se renseigner sur l'entreprise
- Lire les avis des hôtes et des clients
- Se renseigner sur les modalités de partenariats et de paiement
- Créer un compte d'hôte
- Créer des fiches produits, modifier et supprimer des annonces.
- Gérer ses demandes de réservations

Réponses Atypik House

- Proposer une page à destination des partenaires/hôtes avec toutes les modalités et avantages du partenariat
- Possibilité de créer un compte hôte rapidement et facilement
- Possibilité de configurer et personnaliser l'espace hôte et de gérer les annonces et réservations.

Tri de cartes et arborescence

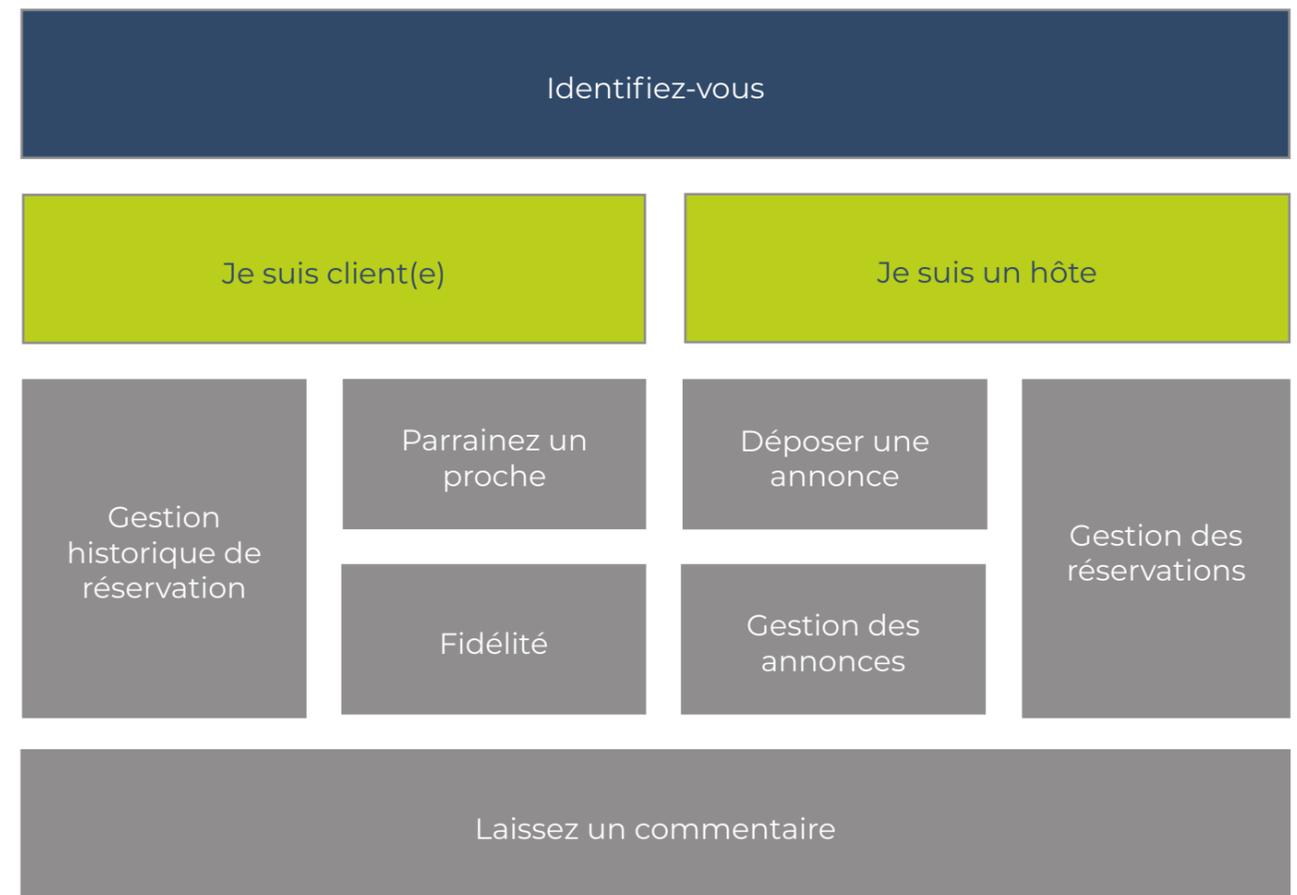
Nous avons effectué un tri de cartes, auprès de 15 personnes (10 femmes, 5 hommes), âgés entre 20 et 54 ans, ce qui nous a permis de hiérarchiser les informations et de les classer par catégories. Grâce aux retours des utilisateurs, nous avons déterminé les onglets du menu principal, et ainsi créer l'arborescence du site.



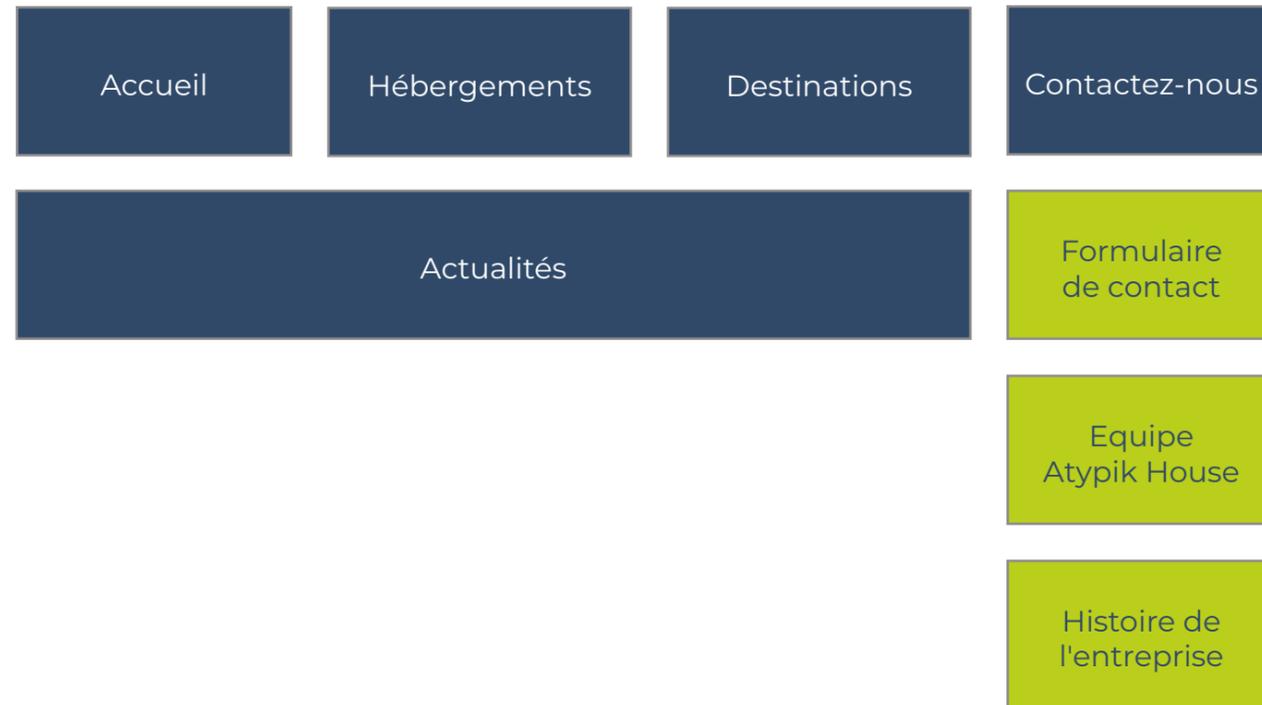
Header / Menu secondaire



Identifiez-vous



Menu principal



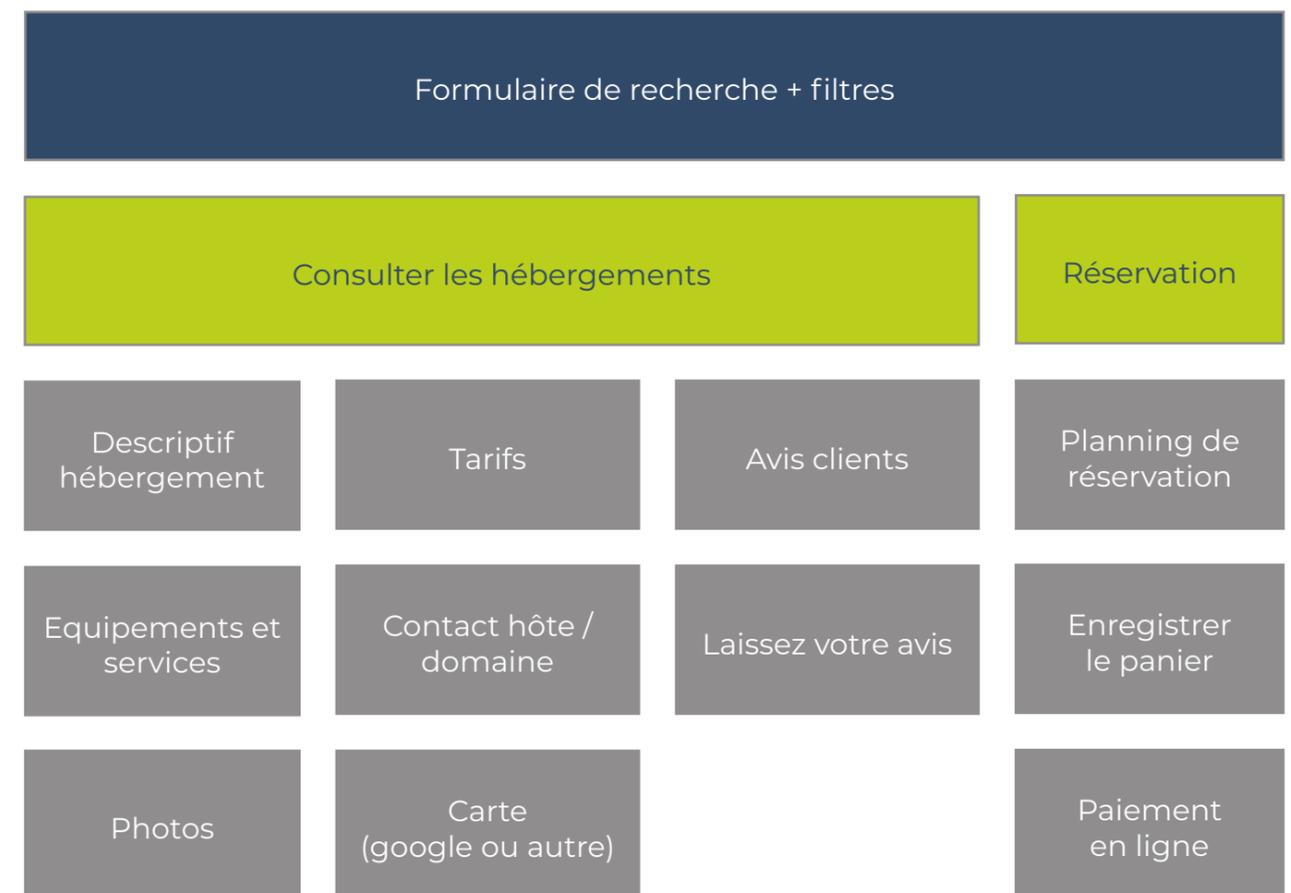
Footer



Accueil

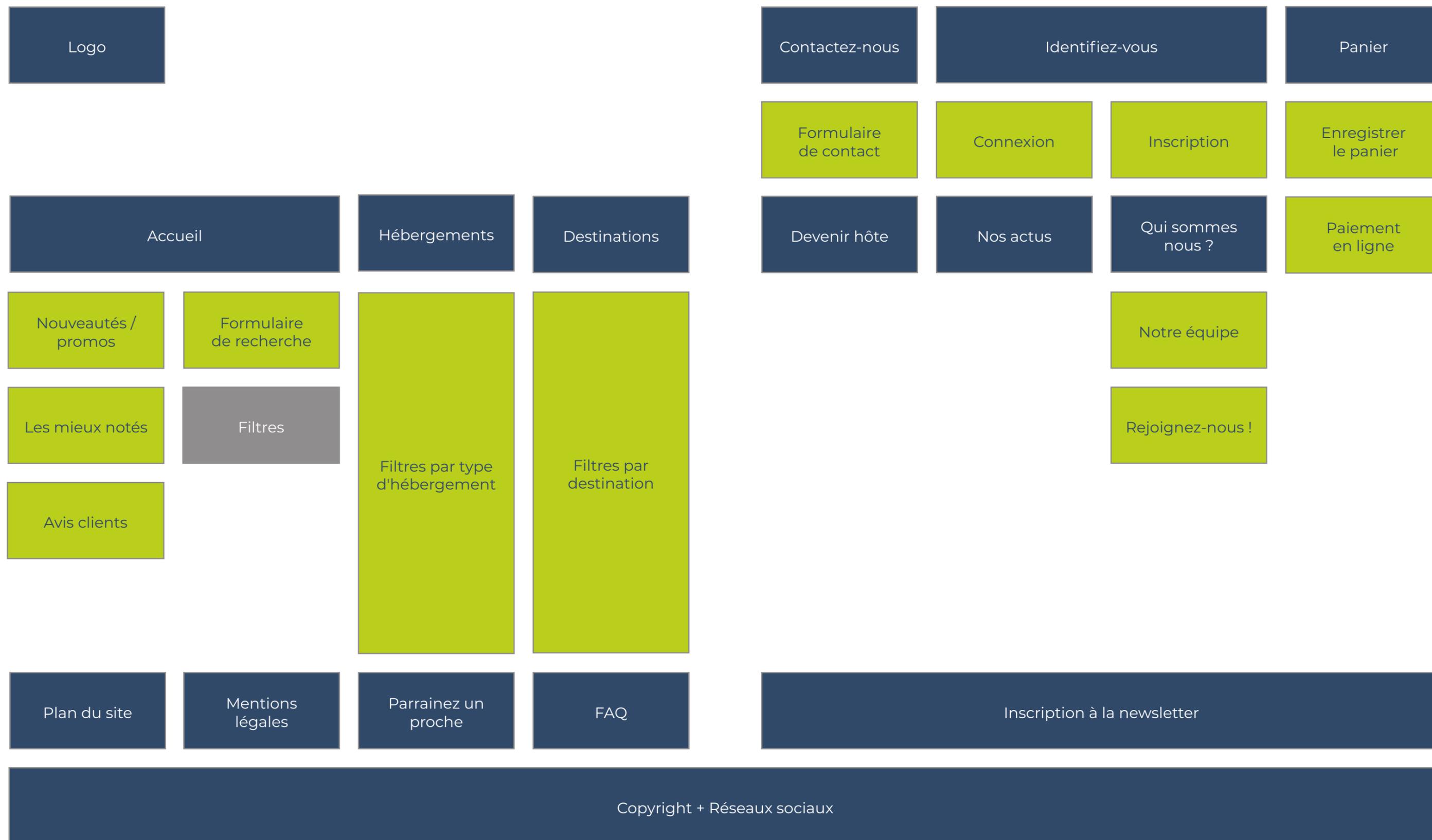


Faire une recherche



A savoir : A l'issue du tri de cartes, les cartes "Equipe Atypik House" et "Histoire de l'entreprise" ont fusionnées pour devenir la carte "Qui sommes-nous", apparemment plus pertinente selon le panel d'utilisateurs qui a participé. La carte "Actualités" est devenue "Nos actus". La carte "Evénements" a été supprimée. Elle entre comme catégorie dans la partie "Nos actus". Et pour finir, 7 nouvelles cartes ont été rajoutées. Sans ce tri de cartes, nous n'aurions peut-être pas pensé à effectuer ces changements. L'exercice nous a permis de mieux organiser les informations pour permettre une meilleure expérience utilisateur.

Arborescence finale



Zoning

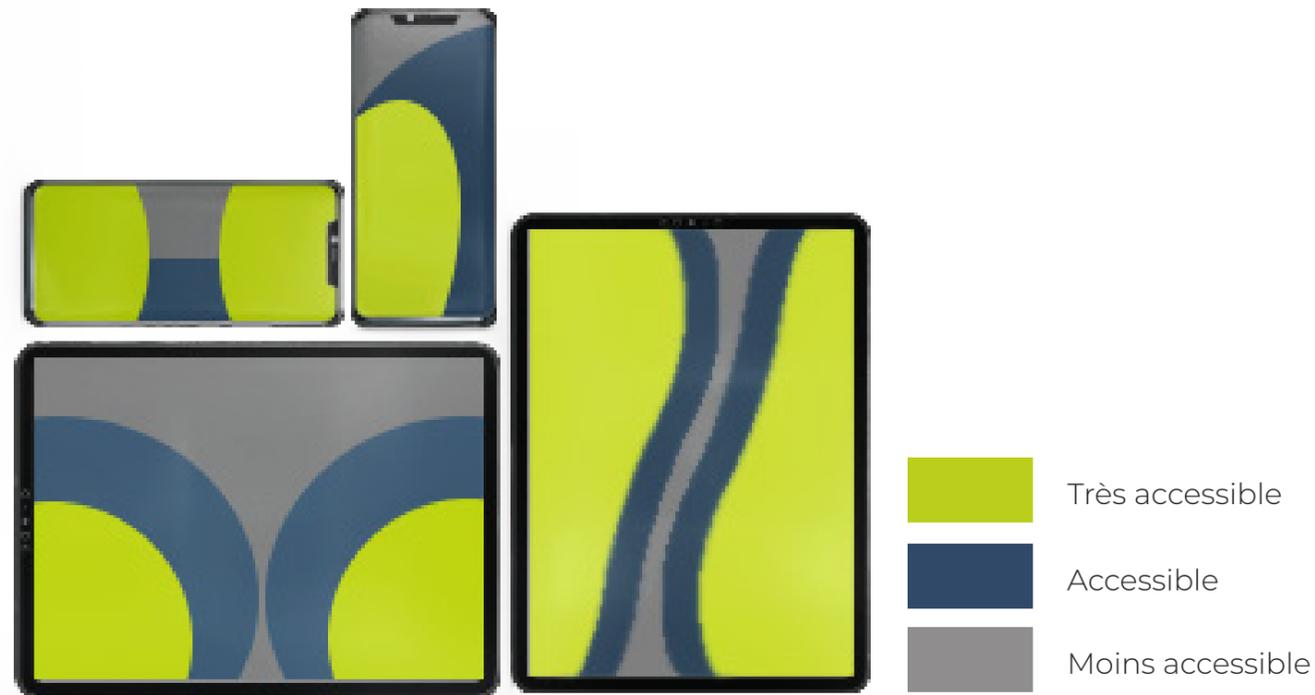
Avant de passer à l'habillage graphique du site internet, nous allons procéder à un zoning. Cette étape consiste à positionner les éléments d'une page de manière schématique, afin de visualiser les différents blocs qui la constitue.

Nous savons quelles informations va contenir le site et sur quelles pages elles doivent figurer. Il ne reste plus qu'à trouver la meilleure place sur la page en question, et adapter selon le support utilisé (ordinateur, tablette, smartphone).

Version mobile

La tendance est au Mobile first ! Ce qui signifie que nous allons penser notre futur design d'abord pour une utilisation sur smartphone et tablette puis le décliner par la suite pour une version sur ordinateur.

Pour une meilleure expérience utilisateur, analysons déjà les différentes zones de confort selon le format d'écran et son mode d'affichage.



Que ce soit tablette ou smartphone, on constate qu'en mode paysage, ce sont les côtés gauche et droit les plus faciles d'accès (souvent parce que dans ce mode nous utilisons les deux mains).

En mode portrait, les mobinautes tiennent souvent leur smartphone à une main. En prenant en compte le fait que les droitiers représentent 90% de la population mondiale, on privilégiera la zone du bas pour les smartphones, et les coins supérieur gauche et inférieur droit pour les tablettes.

Il est donc important de prendre tous ces critères en compte et de privilégier la zone du bas et du milieu pour y mettre les éléments call-to-action.

Version ordinateur

Contrairement au smartphone ou à la tablette, la navigation sur un site internet à partir d'un ordinateur, (fixe ou portable), se fait à l'aide d'une souris ou d'un pad.

Les zones de confort se situent donc aux quatre coins de l'écran, (arrivé en bord d'écran la souris s'arrête automatiquement) et aux alentours du curseur généralement placé au centre de l'écran.

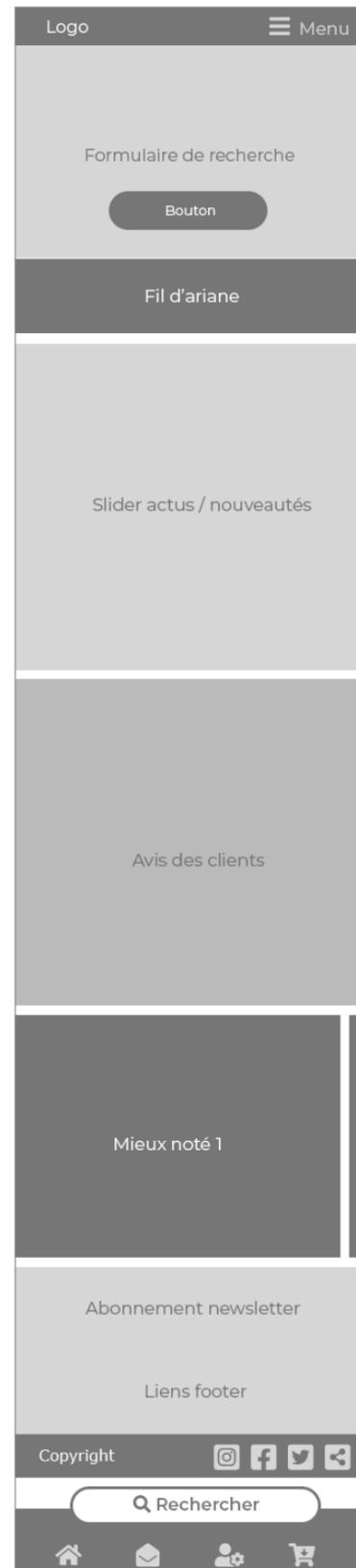


Zoning : Smartphone

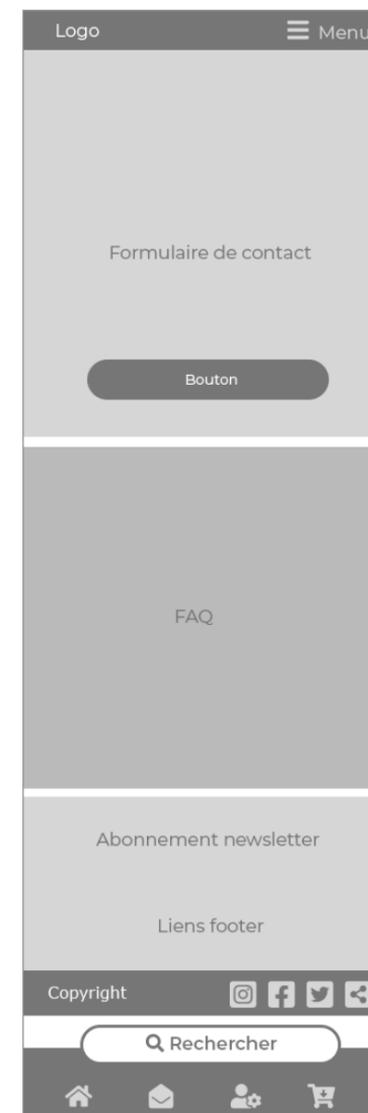
Accueil sur mobile



Accueil



Contact



Catégorie

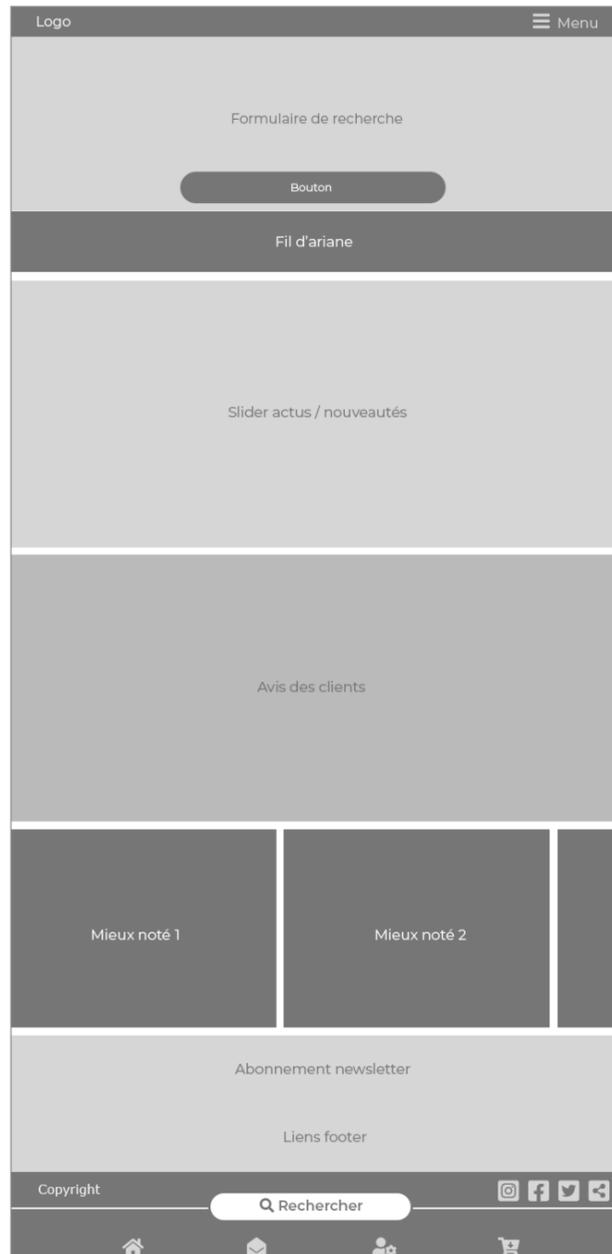


Produit

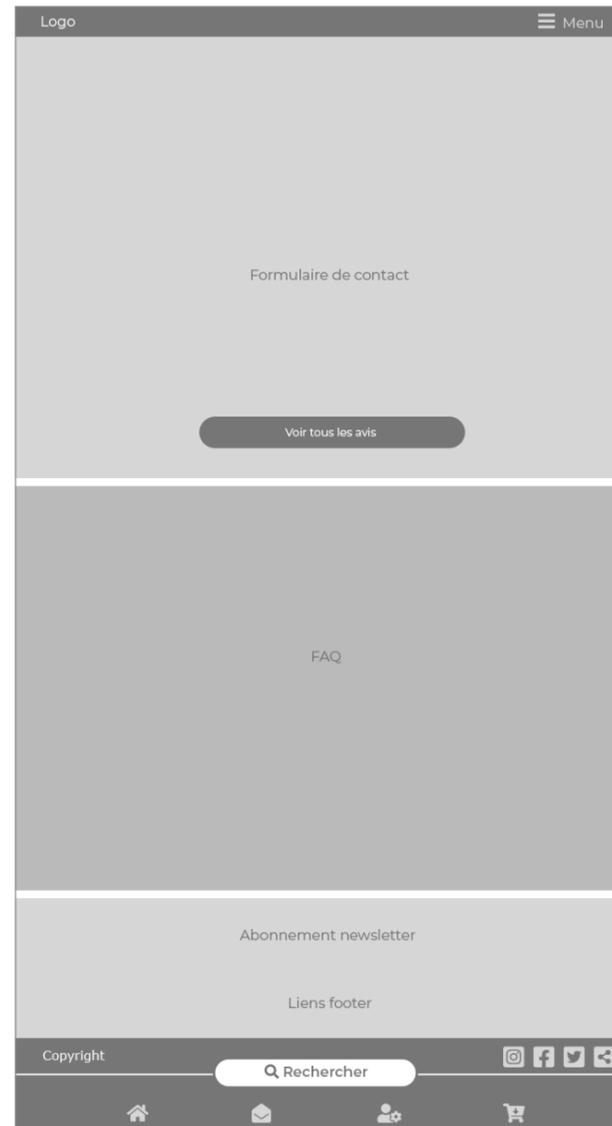


Zoning : Tablette

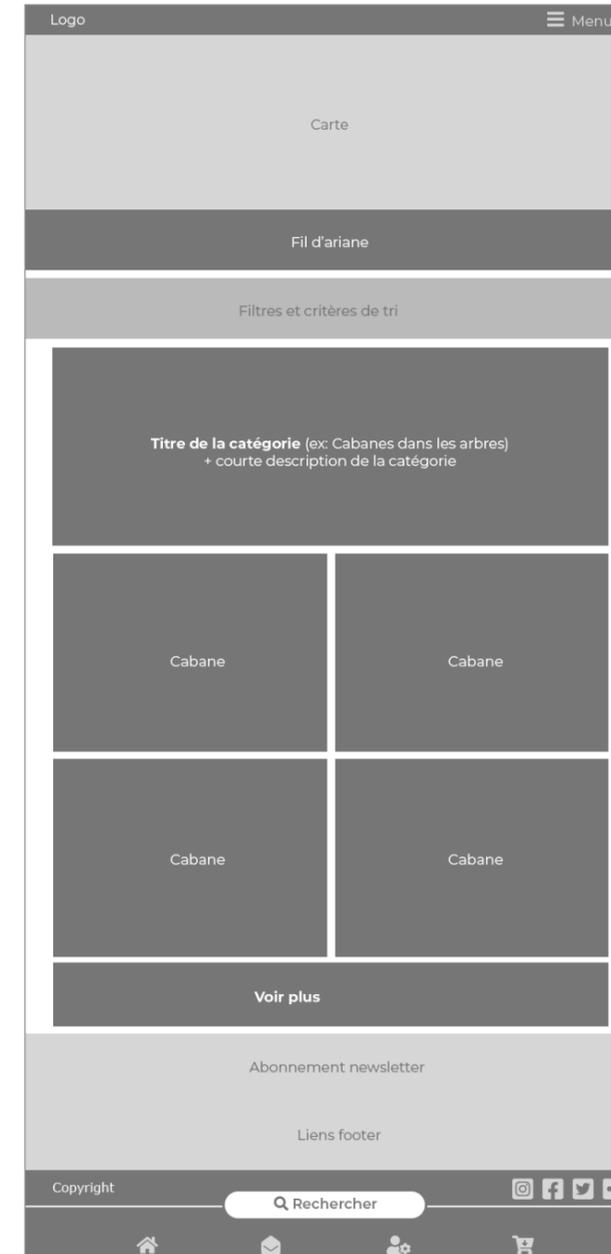
Accueil



Contact



Catégorie

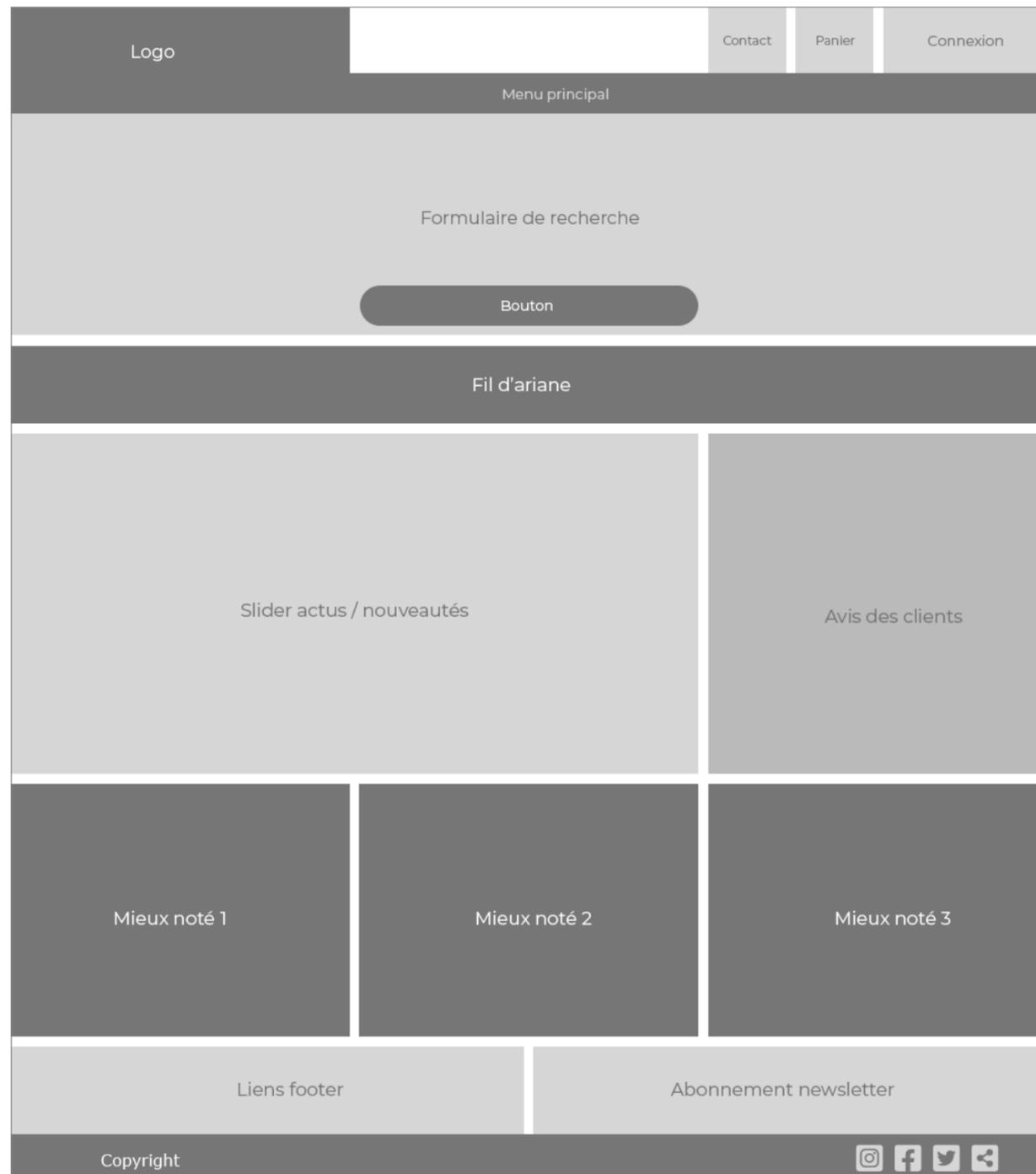


Produit

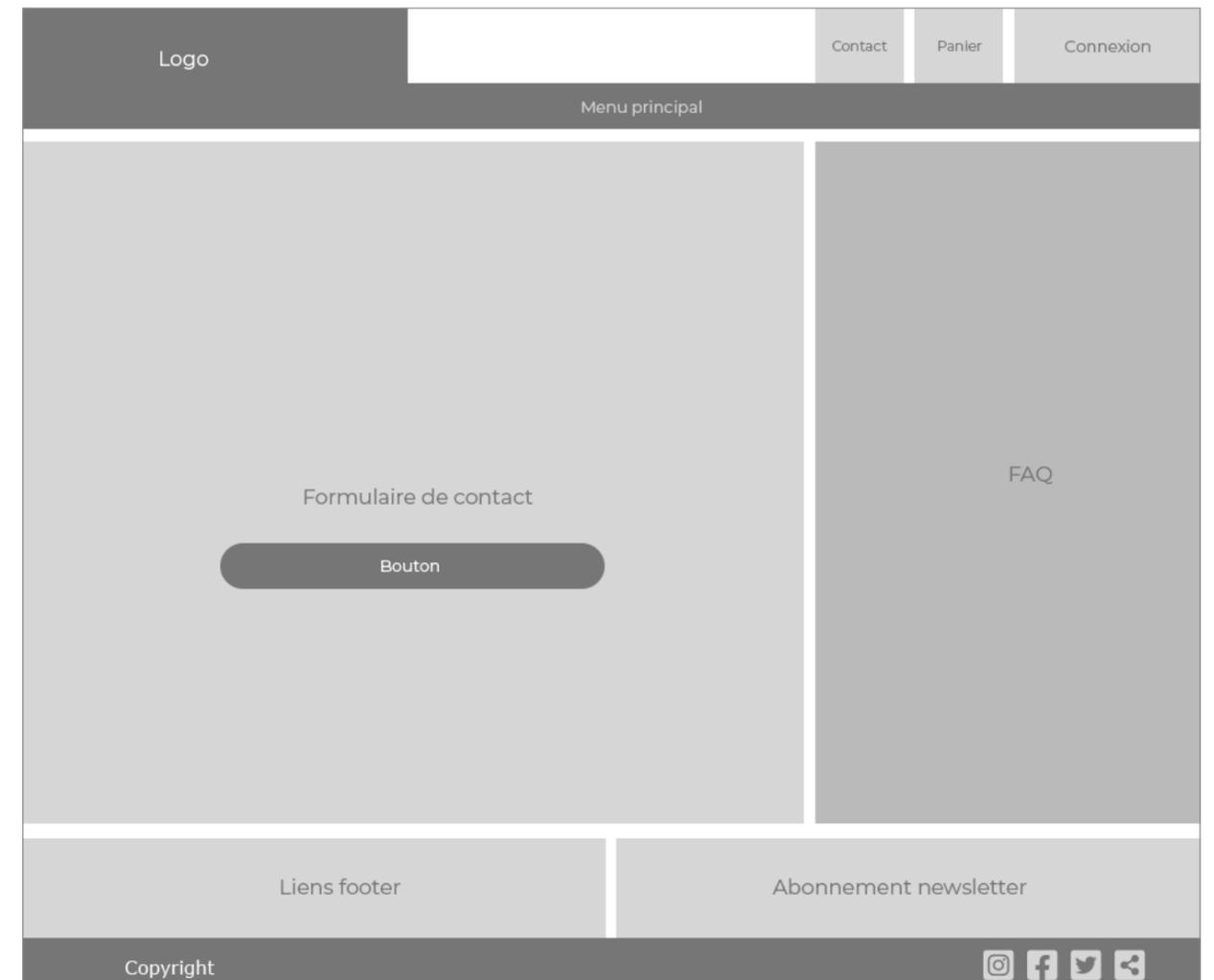


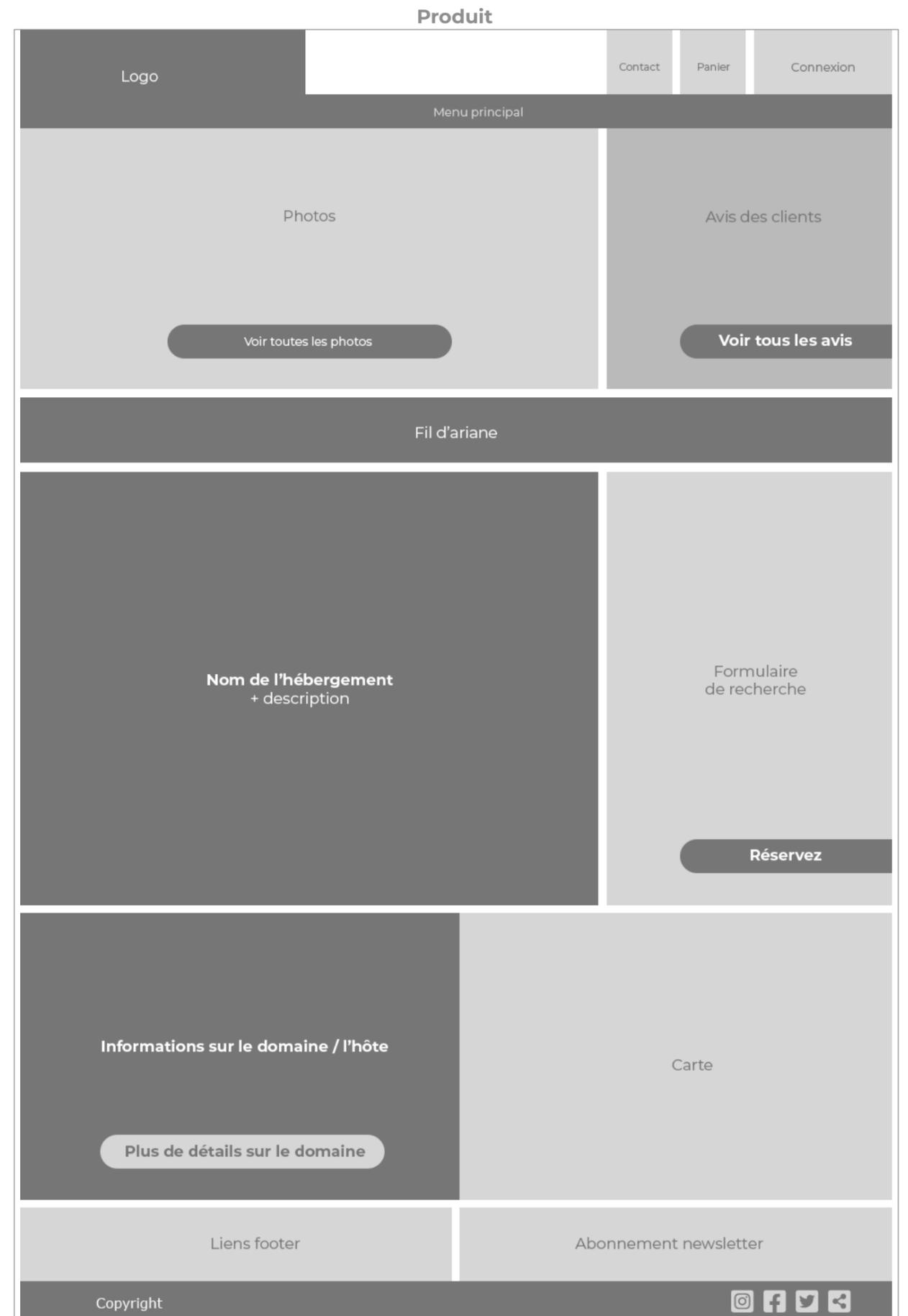
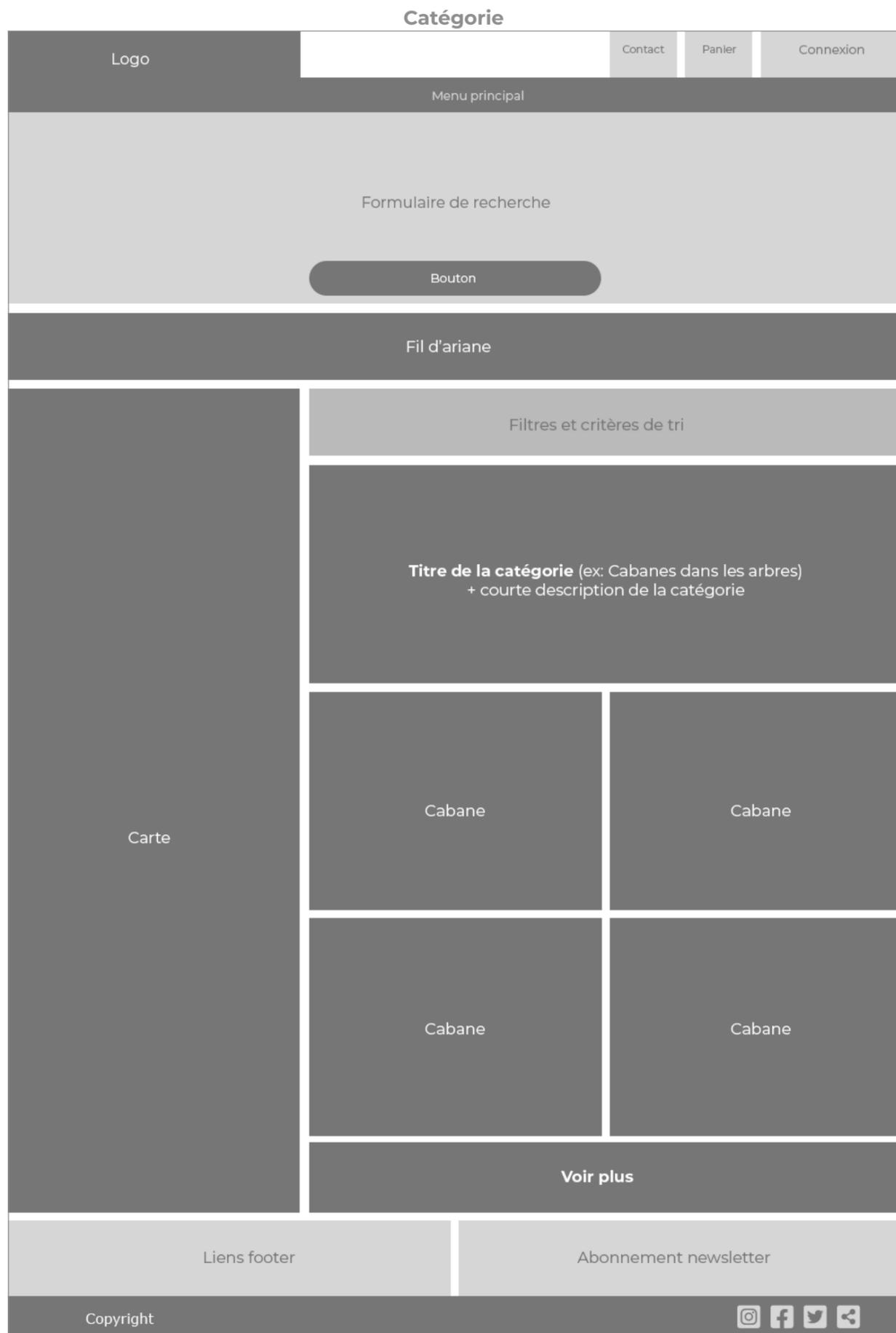
Zoning : Ordinateur

Accueil



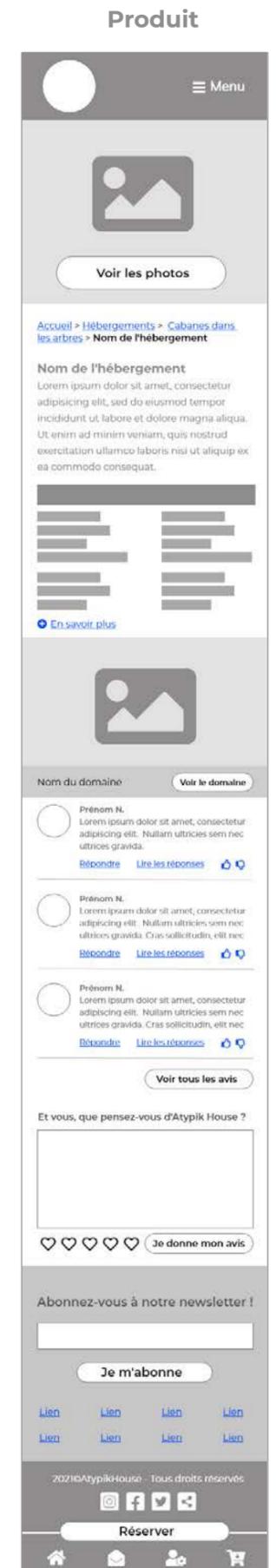
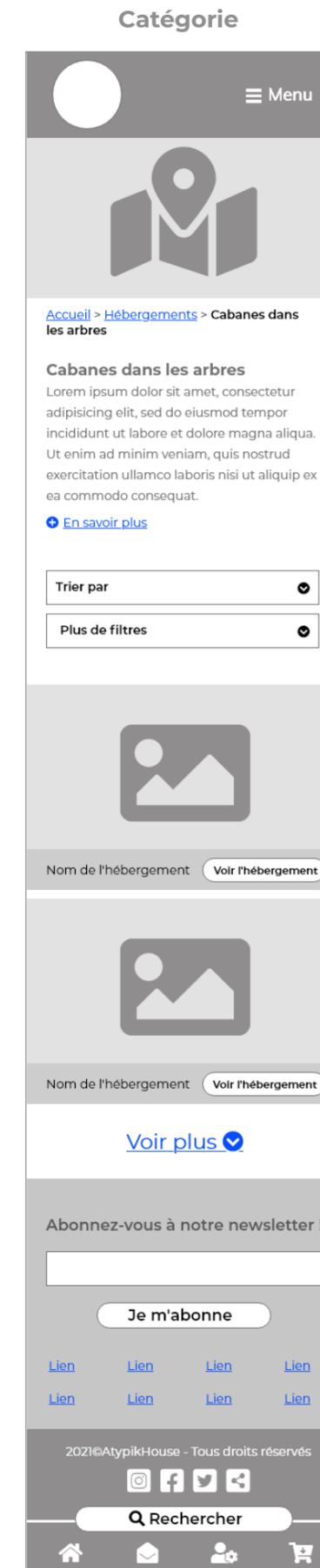
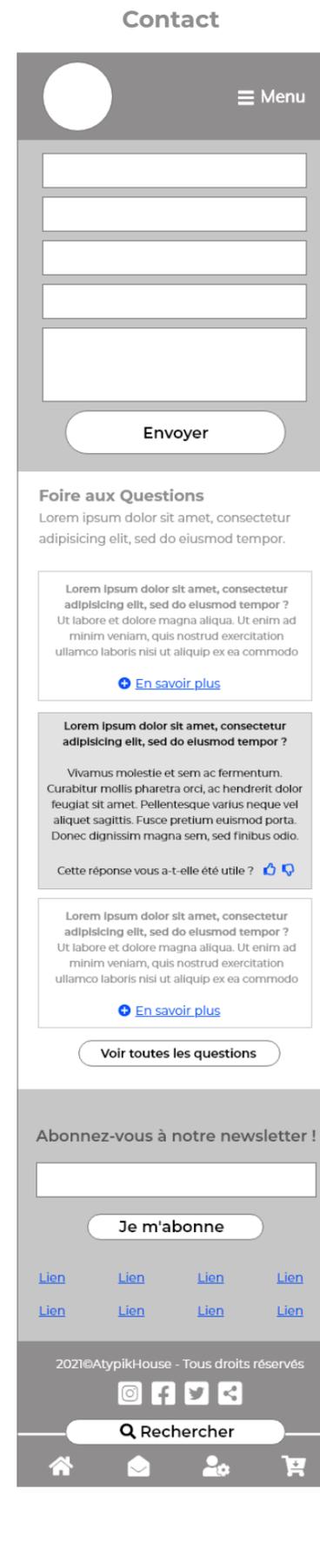
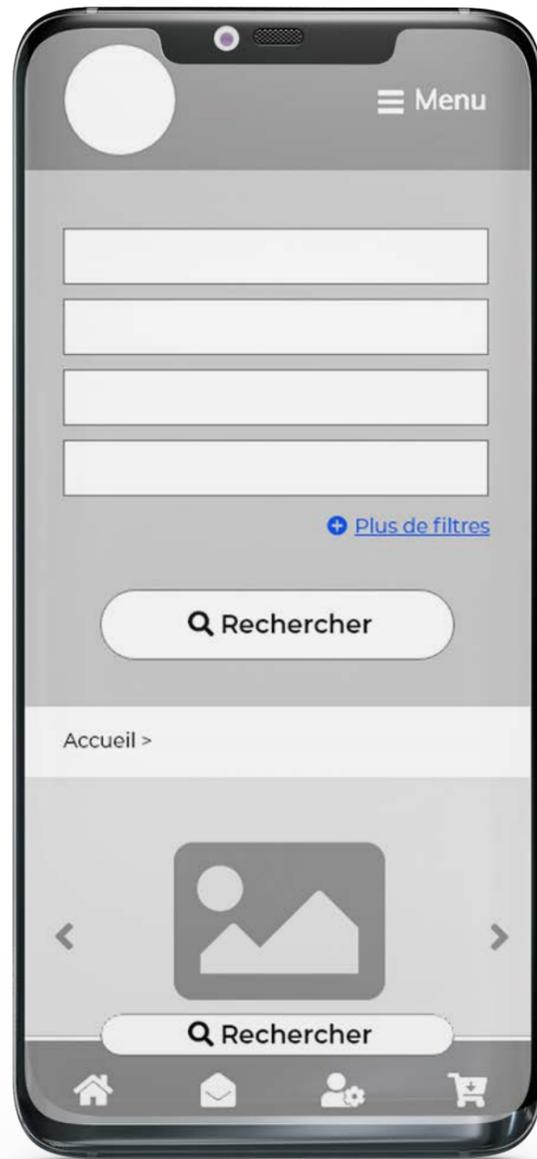
Contact



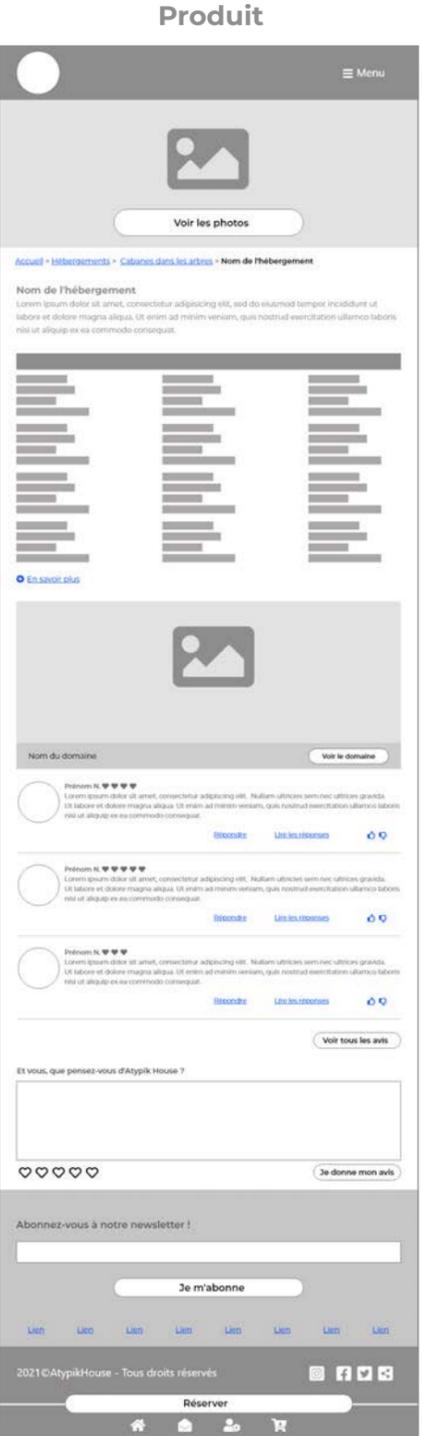
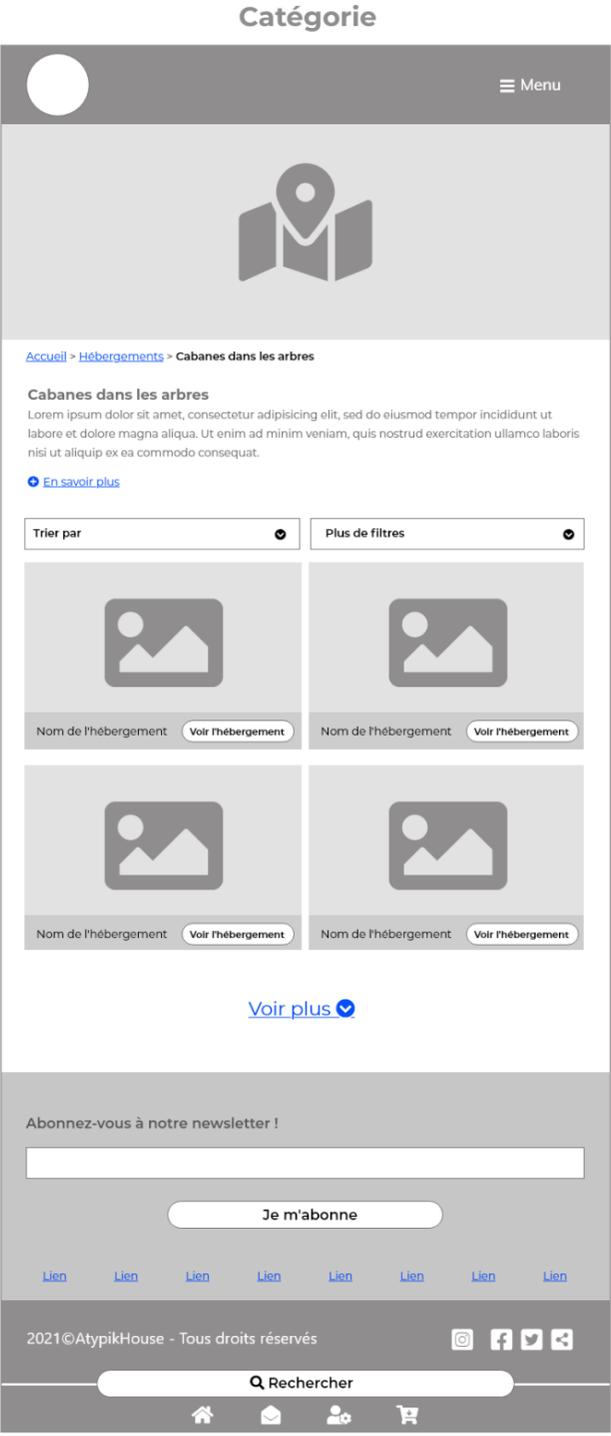
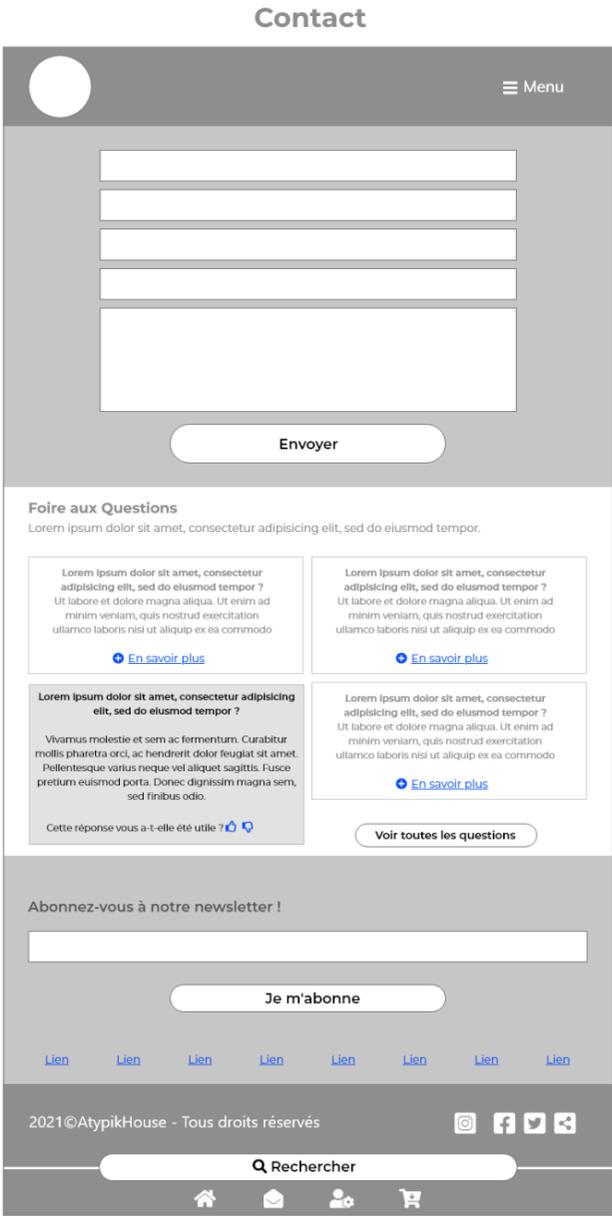
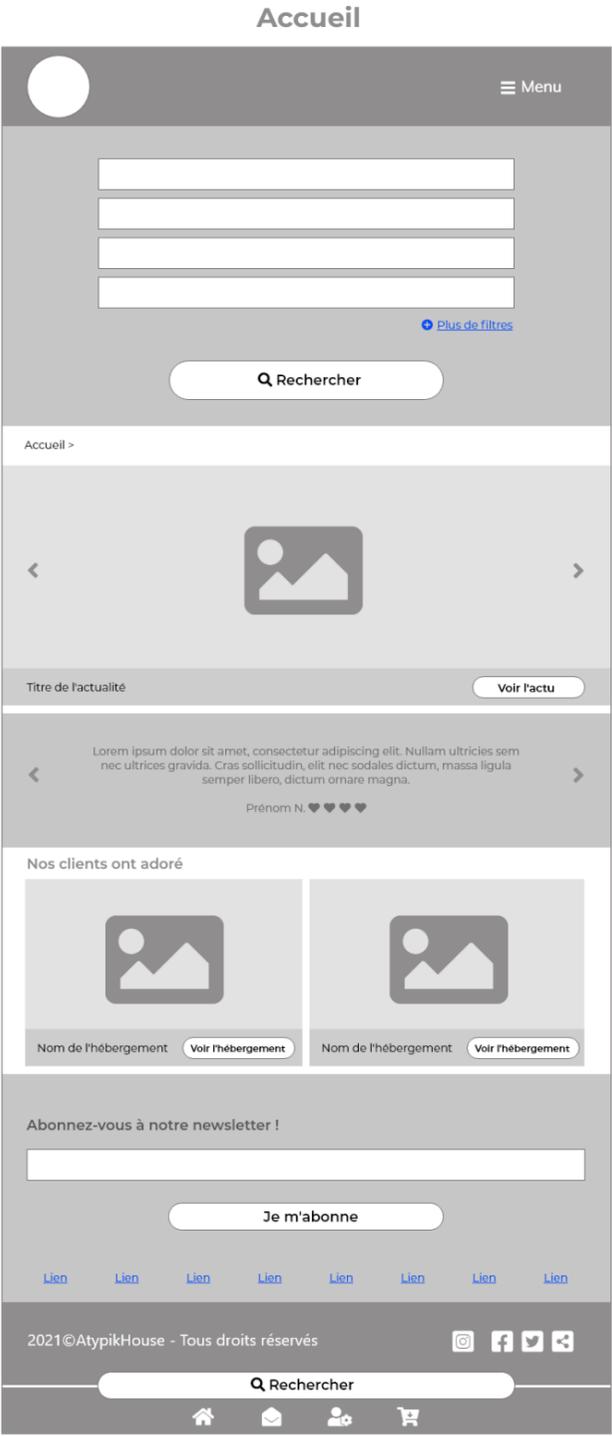


Wireframe : Smartphone

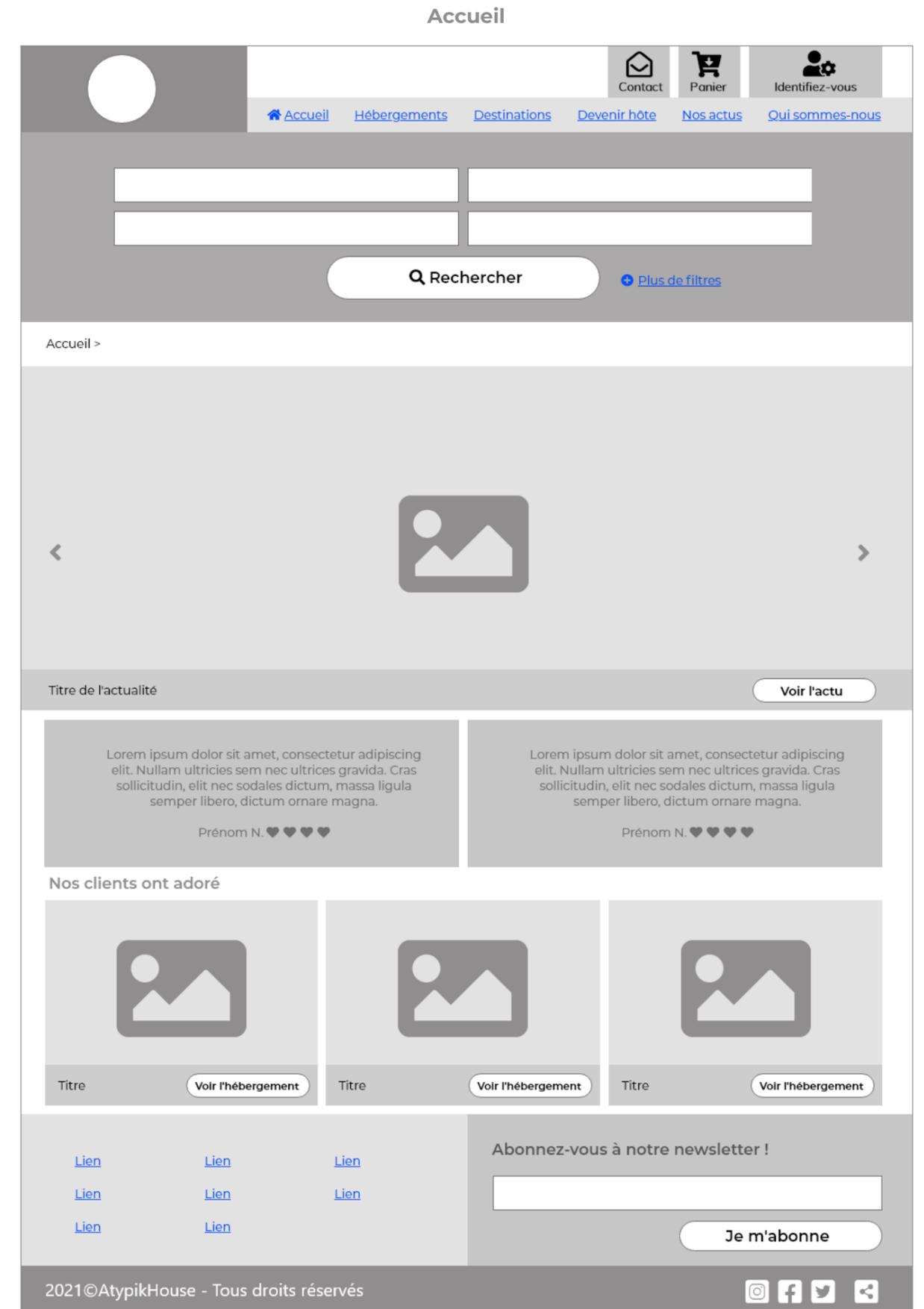
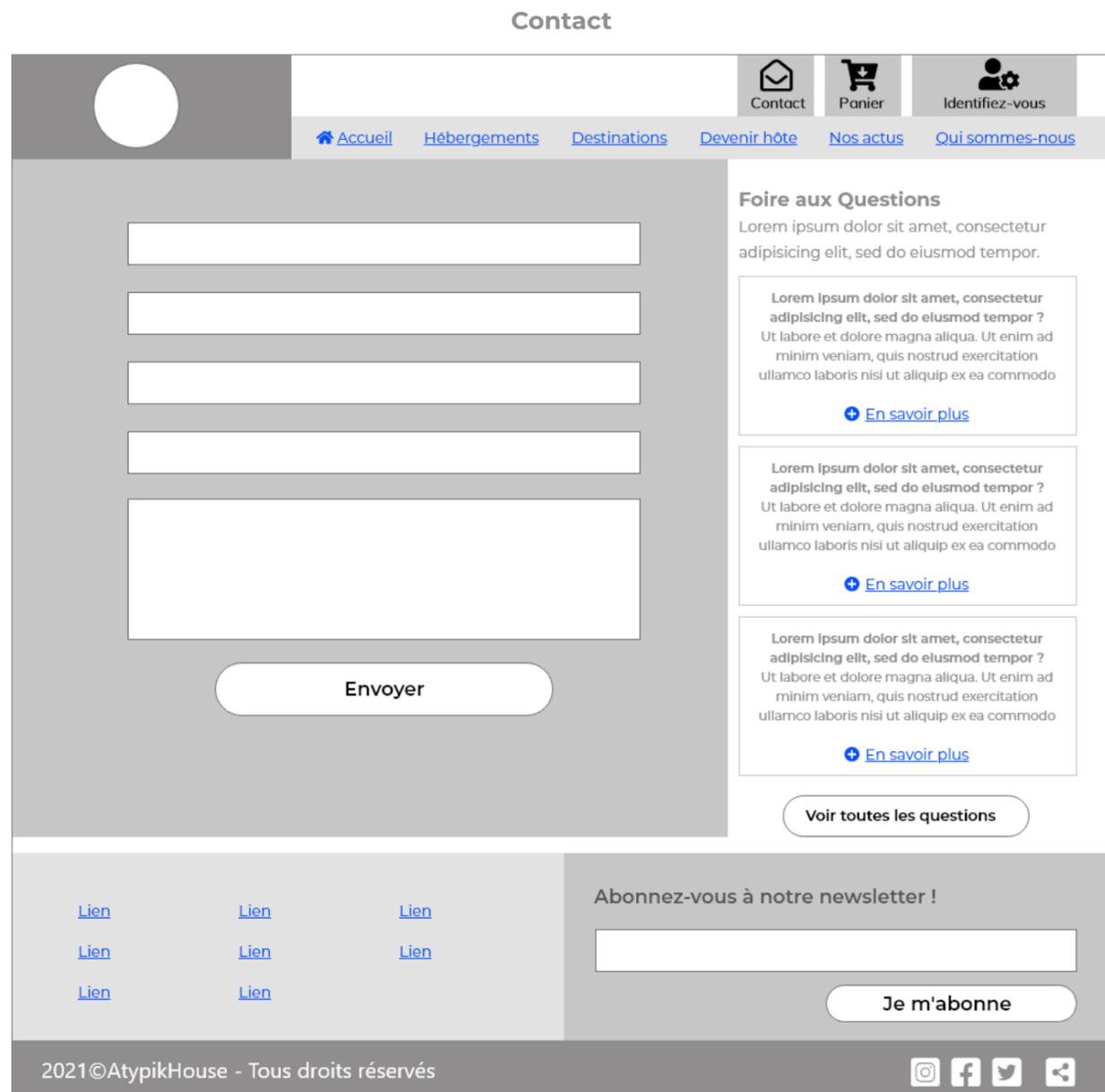
Accueil sur mobile



Wireframe : Tablette



Wireframe : Ordinateur



Catégorie

[Contact](#)
[Panier](#)
[Identifiez-vous](#)

[Accueil](#)
[Hébergements](#)
[Destinations](#)
[Devenir hôte](#)
[Nos actus](#)
[Qui sommes-nous](#)

➤ Plus de filtres

Accueil > Hébergements > Cabanes dans les arbres

Cabanes dans les arbres

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

➤ [En savoir plus](#)

Trier par

Plus de filtres

Titre

Voir l'hébergement

1
2
3

Lien

Lien

Lien

Abonnez-vous à notre newsletter !

Je m'abonne

2021©AtypikHouse - Tous droits réservés

Produit

[Contact](#)
[Panier](#)
[Identifiez-vous](#)

[Accueil](#)
[Hébergements](#)
[Destinations](#)
[Devenir hôte](#)
[Nos actus](#)
[Qui sommes-nous](#)

➤ Plus de filtres

Accueil > Hébergements > Cabanes dans les arbres

Cabanes dans les arbres

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Titre

Voir les photos

Accueil > Hébergements > Cabanes dans les arbres

Cabanes dans les arbres

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Voir tous les avis

Prénom N. ♥♥♥♥

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Nullam ultricies sem nec ultrices gravida.

[Répondre](#)
[Lire les réponses](#)
👍👎

Prénom N. ♥♥♥♥

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Nullam ultricies sem nec ultrices gravida.

[Répondre](#)
[Lire les réponses](#)
👍👎

Prénom N. ♥♥♥

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit. Nullam ultricies sem nec ultrices gravida.

[Répondre](#)
[Lire les réponses](#)
👍👎

Réserver

Lien

Lien

Lien

Abonnez-vous à notre newsletter !

Je m'abonne

2021©AtypikHouse - Tous droits réservés

Prototypes papier et tests utilisateurs

Dans le but de procéder à un test utilisateur sur la fonctionnalité "formulaire de recherche" nous avons créé un parcours utilisateur type ainsi que des prototypes papier pour les versions ordinateur et smartphone.

Le formulaire de recherche se trouve sur la page d'accueil mais aussi sur les pages catégories (hébergements et destinations). Pour notre exemple, nous partirons de la page d'accueil.

Test utilisateur sur ordinateur

Pour ce test, nous nous sommes inspiré du persona Roxy BENETT, une prospecte qui a entendu parler d'Atypik House par une de ses collègues.



Roxy BENETT

Prospecte : Connaît un peu Atypik House

« Ma collègue Elena, m'a parlé de son dernier séjour qu'elle avait réservé sur Atypik House. dans un domaine en Italie, où elle avait séjourné dans une bulle avec son mari. Je rêve de vivre une expérience similaire et cherche à partir avec mon amoureux pour le week-end de la Saint-Valentin. Je souhaite donc consulter les hébergements proposés par Atypik House et leur disponibilité.»

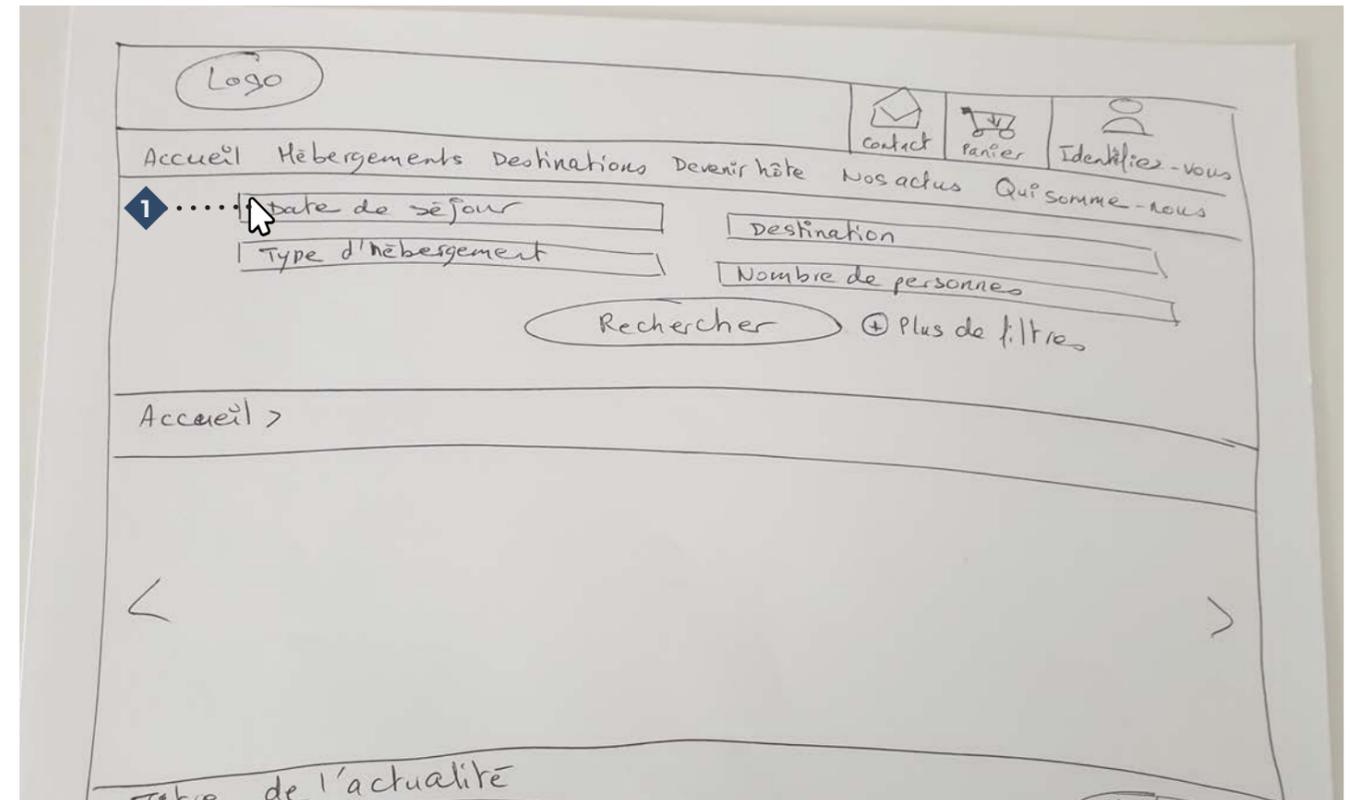
Le parcours que nous avons imaginé pour elle :

- Faire une recherche à partir du formulaire,
- Sélectionner les dates d'arrivée et de départ,
- Sélectionner le nombre de personnes,
- Lancer la recherche.

Pour jouer le rôle de Roxy, nous avons donc fait appel à une collaboratrice externe au projet, Cynthia, une jeune femme avec un profil similaire à celui de Roxy pour mettre en pratique notre scénario.

Scénario sur ordinateur : Faire une recherche à partir du formulaire

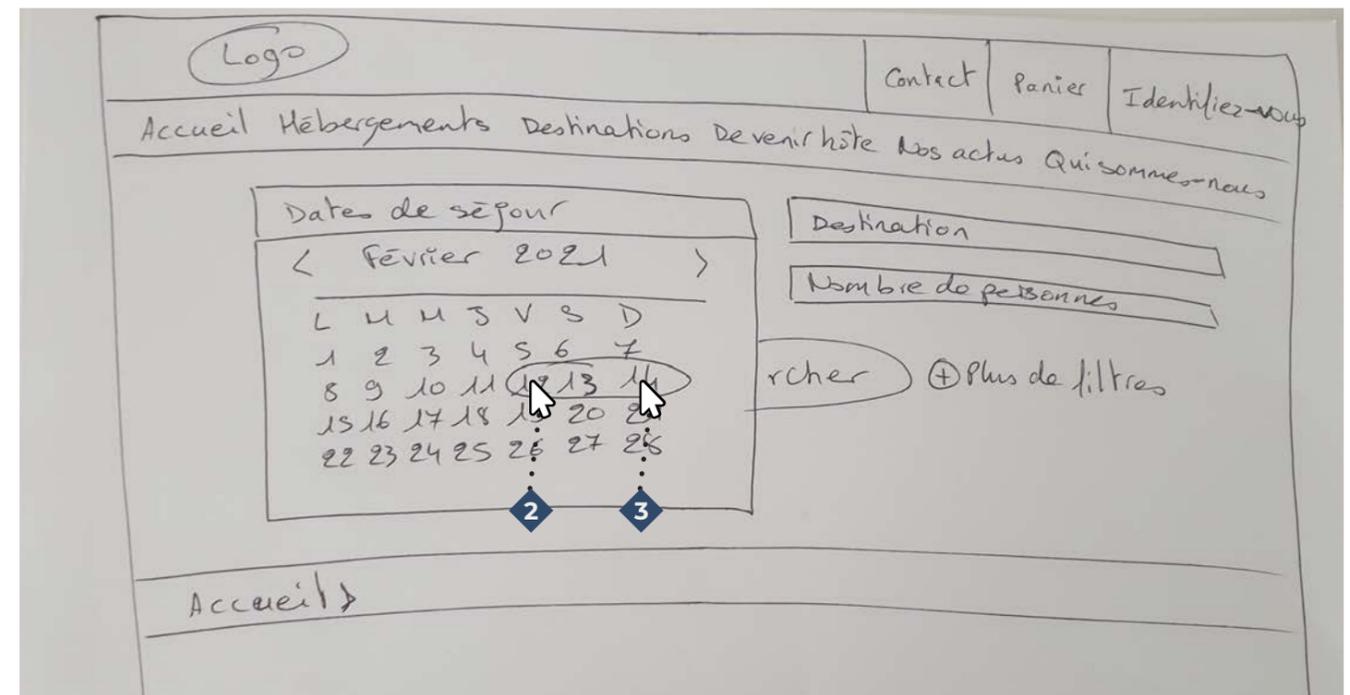
Cynthia vient de se connecter au site Atypik House. Elle est arrivée sur la page d'accueil. Elle a une idée bien précise des informations qu'elle recherche, elle va donc droit au but.

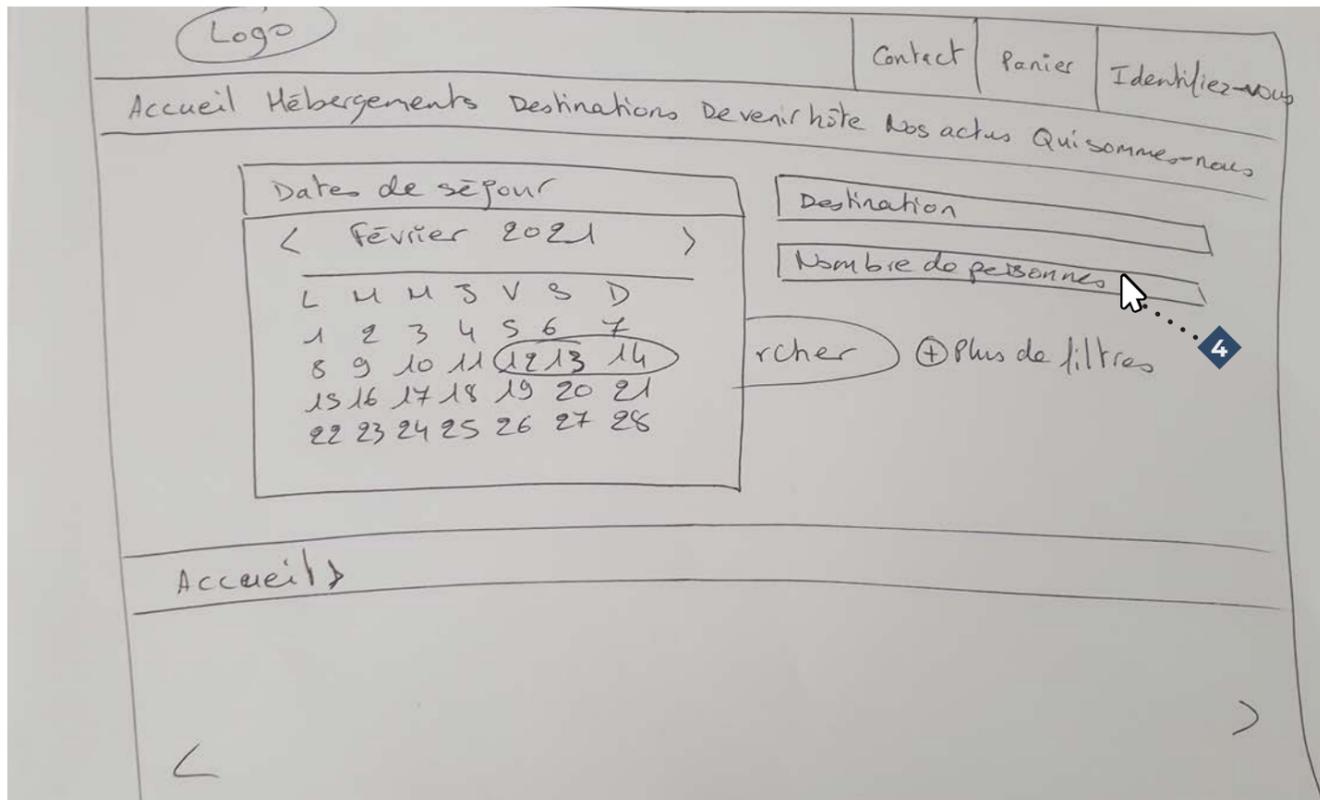


1 | Je clique sur "Dates de séjour".

2 | Je sélectionne la date d'arrivée le 12 février 2021.

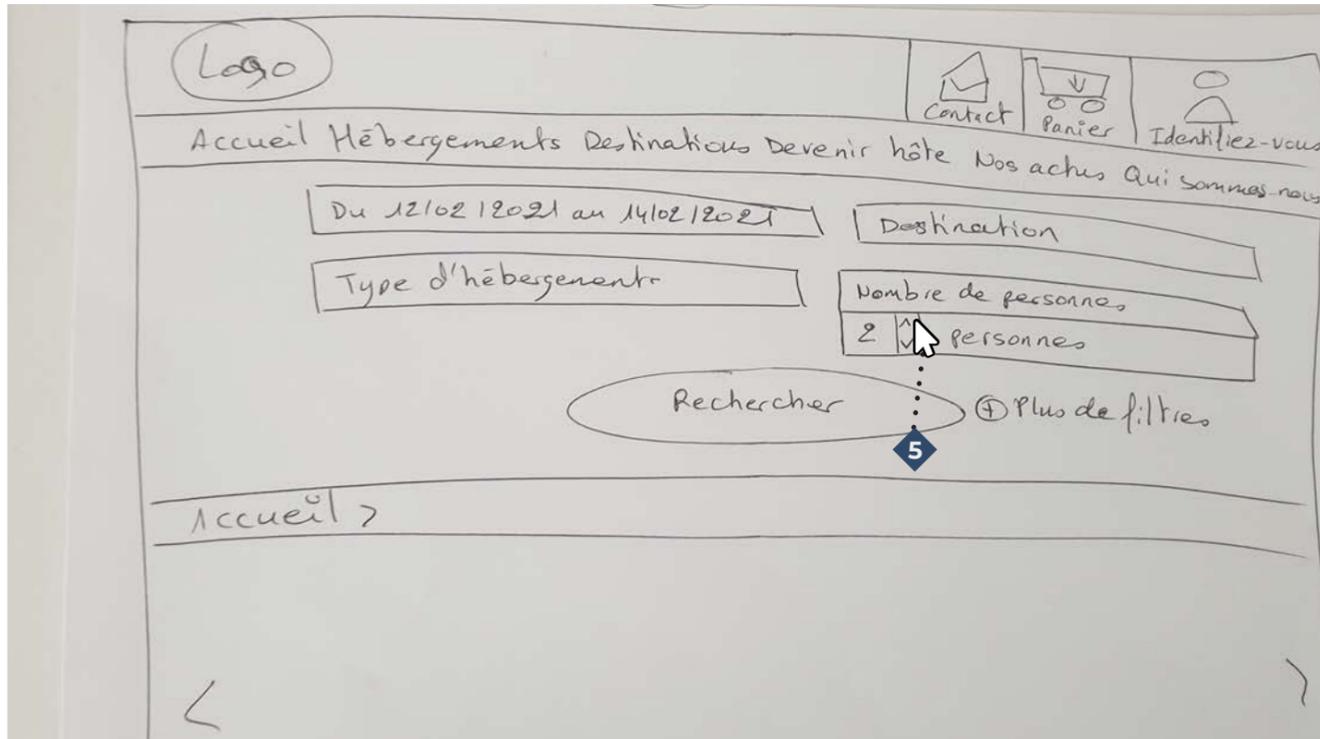
3 | Je sélectionne la date de départ le 14 février 2021.



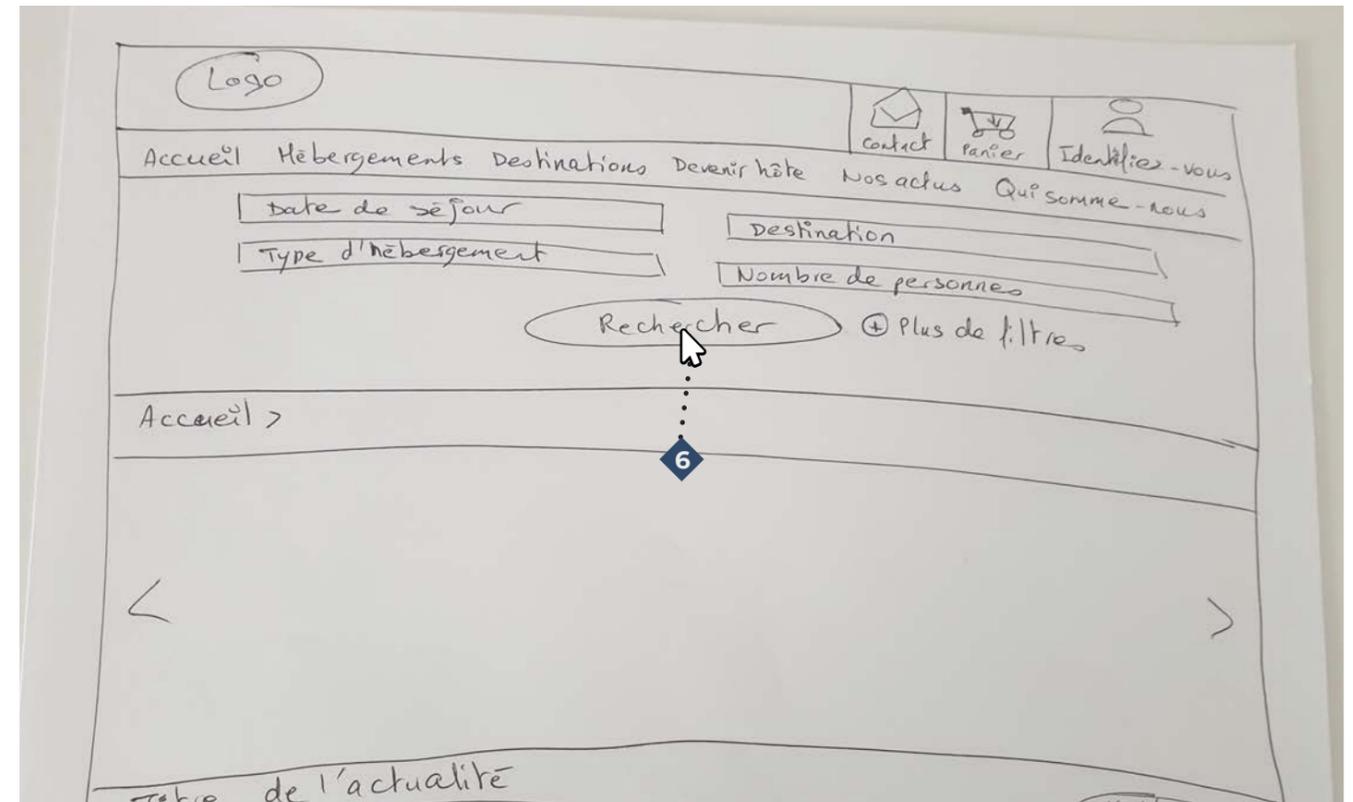


4 | Je clique sur "Nombre de personnes".

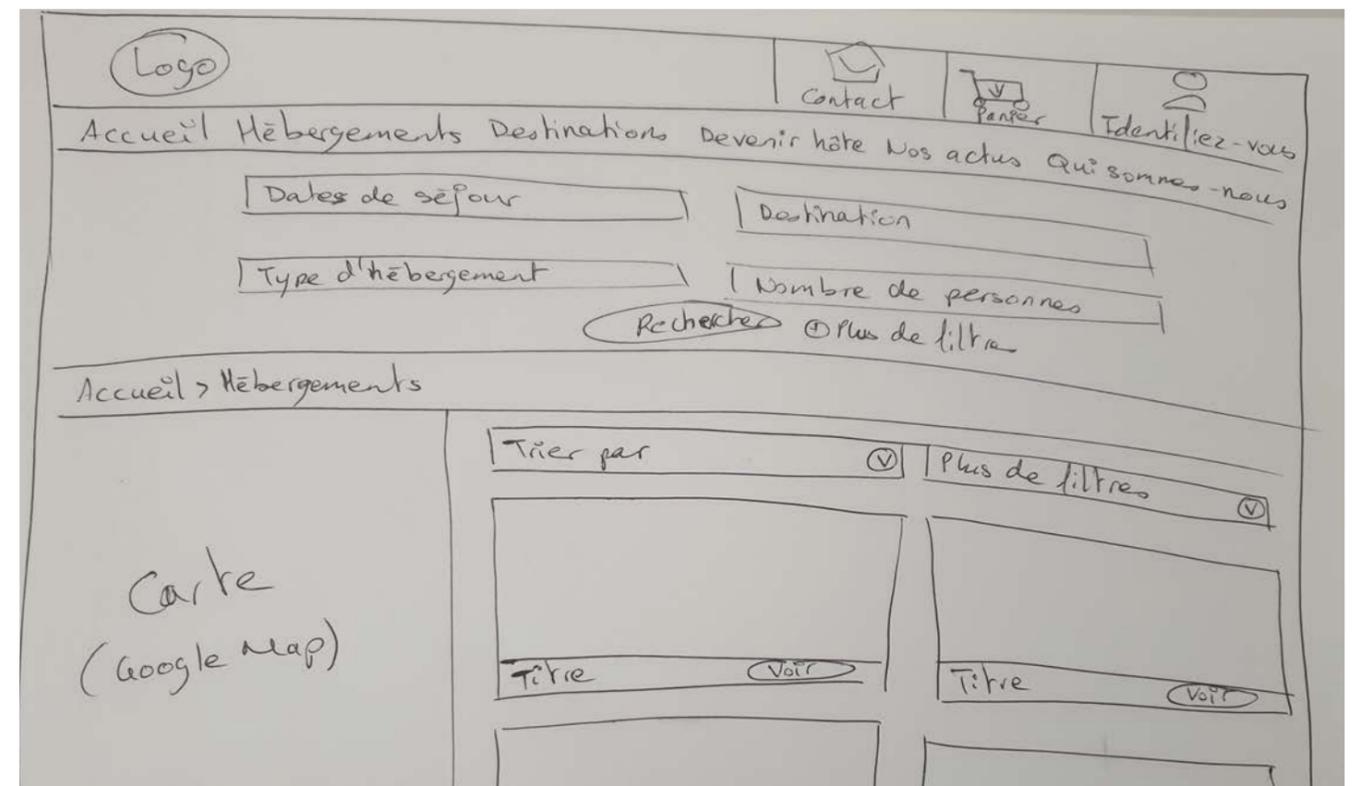
5 | Je clique sur la flèche haute du curseur pour sélectionner le 2.



6 | Et pour finir, je clique sur "Rechercher".



Une nouvelle page s'ouvre avec une liste d'hébergements répondant aux critères de recherche de Cynthia. Si elle le souhaite, elle pourra affiner sa recherche en sélectionnant des filtres en cliquant sur "plus de filtres" ou en choisissant un critère de tri en cliquant sur "trier par".



Carte expérience de Cynthia

Test de la fonctionnalité "Formulaire de recherche" sur ordinateur

	Etape 1	Etape 2	Etape 3
Actions	Sélection des dates de séjour : arrivée et départ sur le même sélecteur.	Clic sur "nombre de personnes". Un curseur apparaît pour la sélection.	Validation de la recherche en cliquant sur "Rechercher"
Pensées	C'est pratique de sélectionner les dates au même endroit.	Pourquoi ne pas mettre le curseur visible directement ?	Le bouton est bien visible et accessible.
Expériences			
Opportunités	RAS	Pour faciliter le choix, mettre le curseur de sélection directement.	RAS

Appréciation

L'utilisateur a beaucoup apprécié cette fonctionnalité, qui facilite davantage son expérience.

Point d'amélioration

A prendre en compte pour la maquette finale afin d'améliorer davantage l'expérience client, mais ne gêne pas pour autant l'expérience utilisateur.

Frein

A modifier impérativement ! Il faut trouver une solution rapidement pour éviter que l'utilisateur quitte le site avant de finaliser son action, et ne revienne plus par la suite.

Commentaires de l'utilisatrice Cynthia :

Je suis plutôt satisfaite par cette fonctionnalité. La recherche est rapide et facile. Concernant le sélecteur du nombre de personnes, ce n'est pas dérangeant mais avoir le curseur directement permettrait d'éviter un clic inutile.

Par contre, j'ai cru comprendre que ce site était à destination d'un public international, hors je n'ai pas vu de fonctionnalité permettant de choisir la langue du site. Etant moi-même d'origine portugaise, je pense que ce site pourrait intéresser ma famille qui elle ne sait pas lire, écrire et parler français. Cette fonctionnalité sera-t-elle ajoutée ?

Améliorations à apporter :

- ▶ A la place du champs nombre de personnes, mettre le curseur de sélection directement.
- ▶ Ajouter une fonctionnalité pour choisir la langue du site et la placer en haut de page (à côté de l'onglet identifiez-vous).

Test utilisateur sur mobile

Pour ce test, nous nous sommes inspiré du persona Haru KIMURA, un visiteur qui découvre le site Atypik House pour la première fois.



Haru KIMURA

Visiteur : Ne connaît pas Atypik House

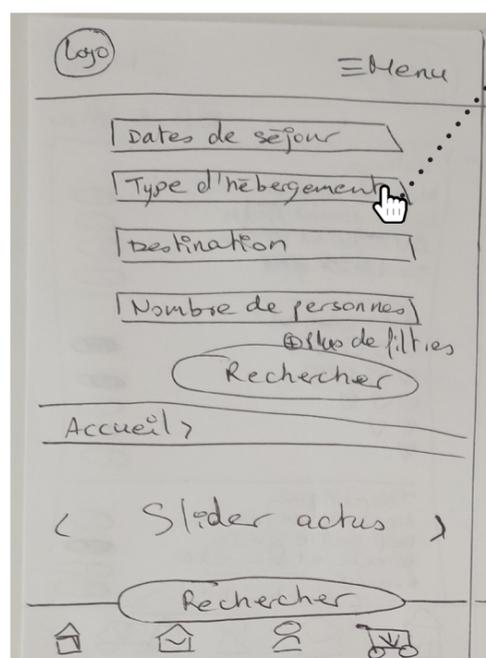
« Toujours partant pour une sortie entre potes, j'aime relever de nouveaux défis, et les partager avec mes abonnés sur les réseaux sociaux. Actuellement à la recherche de nouvelles idées pour mon prochain défi vidéo, mes recherches m'ont conduit sur le site d'Atypik House grâce aux mots-clés "expérience insolite". Je souhaite en savoir plus sur les hébergements et les services proposés. »

Le parcours que nous avons imaginé pour lui :

- Faire une recherche à partir du formulaire,
- Sélectionner le type d'hébergement
- Sélectionner le nombre de personnes,
- Consulter et sélectionner les filtres,
- Lancer la recherche.

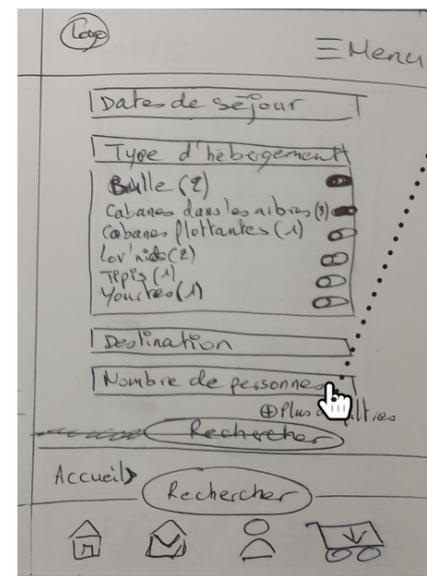
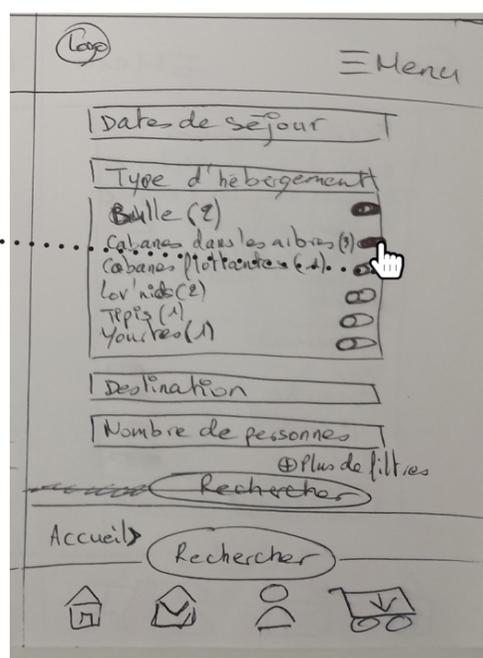
Scénario sur mobile : Faire une recherche à partir du formulaire

Pour jouer le rôle d'Haru et mettre en pratique notre scénario, nous avons donc fait appel à Théo, un stagiaire externe au projet. Il commence par effectuer une recherche avec des critères bien spécifiques pour voir ce qu'on lui propose.



1 Je clique sur "Type d'hébergement".

2 Je sélectionne "Cabanes dans les arbres".



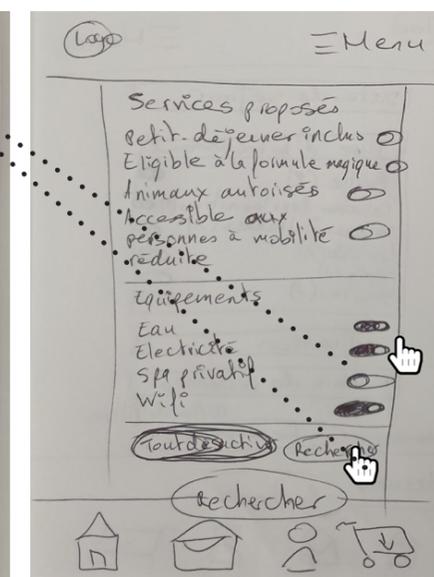
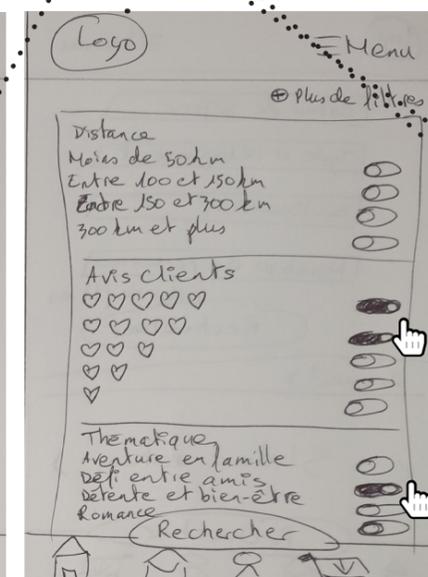
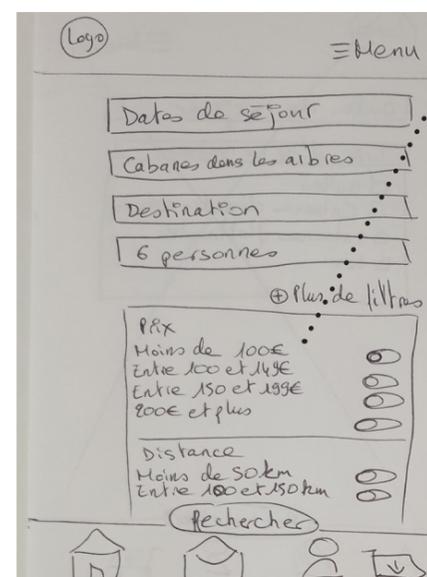
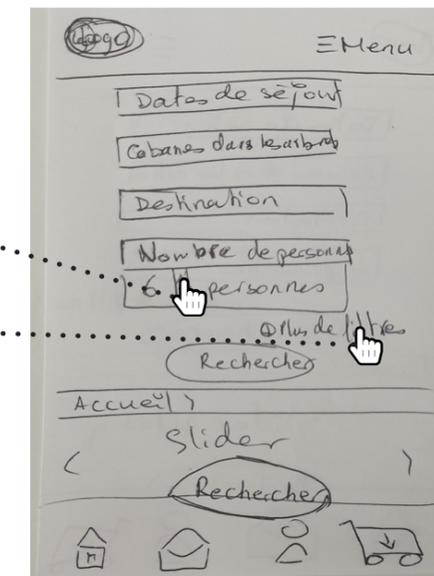
3 Je clique sur "Nombre de personnes".

4 Je clique sur la flèche haute du curseur pour sélectionner le 6.

5 Je clique sur "Plus de filtres".

6 Je sélectionne les filtres qui m'intéresse.

7 Et pour finir, je clique sur "Rechercher".



Une nouvelle page s'ouvre avec une liste de cabanes dans les arbres, répondant aux critères de recherche de Théo.

S'il le souhaite, il pourra affiner sa recherche en sélectionnant d'autres filtres en cliquant sur "plus de filtres" ou en choisissant un critère de tri en cliquant sur "trier par".

Il pourra également désactiver tous les filtres sélectionnés, s'il veut plus de choix.

Carte expérience de Théo

Test de la fonctionnalité "Formulaire de recherche" sur mobile

	Etape 1	Etape 2	Etape 3	Etape 4	Etape 5	Etape 6
Actions	Clic sur "Type d'hébergements" et sélection en activant les curseurs.	Clic sur "nombre de personnes". Un curseur apparaît pour la sélection.	Clic sur plus de filtres pour affiner la recherche.	Sélection des filtres	Valide la sélection de filtres.	Lance la recherche en cliquant sur "Rechercher".
Pensées	C'est sympa de pouvoir choisir plusieurs types d'hébergements quand on hésite.	Pourquoi ne pas mettre le curseur visible directement ?	Le lien plus de filtres est trop discret. J'ai failli le manquer.	Large choix de filtres. pour une recherche bien ciblée.	Pas pratique. Il y a 2 boutons "Rechercher". Les 2 fonctionnent ?	A quoi sert la barre de recherche en bas ? Elle est trop imposante, j'aurai préféré un picto.
Expériences						
Opportunités	RAS	Pour faciliter le choix, mettre le curseur de sélection directement.	Ajouter un accordéon "plus de filtres" à la place du lien.	RAS	Remplacer le bouton "rechercher" par "valider" ou "ok" pour éviter la confusion avec celui du formulaire.	Enlever la barre de recherche en bas d'écran et la remplacer par un 5e icône. Diminuer la taille des icônes.

Commentaires de l'utilisateur Théo :

Les doublons du bouton "Rechercher" posent un problème au niveau de la navigation. Pourquoi il apparaît deux fois ? Je ne savais pas sur lequel cliquer.

Concernant les filtres, le lien est trop discret, et pas facile d'accès en mode tactile. Il serait préférable d'en changer la forme avec un système qui s'ouvre et se ferme quand on clique dessus. Sinon le large choix de filtres est intéressant.

Les icônes en bas de l'écran pour accéder rapidement à son compte ou son panier c'est une bonne idée, mais il faudrait rajouter une info-bulle ou le nom pour indiquer à quoi ils correspondent.

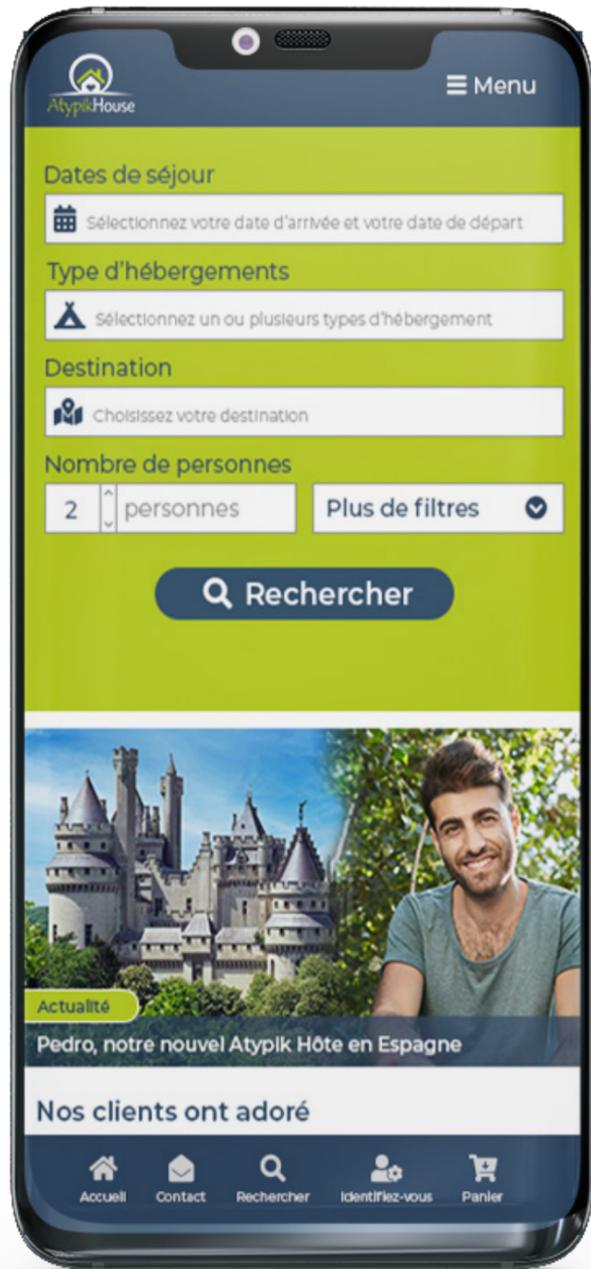
En conclusion, la recherche est rapide et facile mais le formulaire ne semble pas avoir été adapté à la version mobile, contrairement au reste du site.

Améliorations à apporter :

- Remplacer la barre de recherche par un 5e icône en bas de l'écran.
- Diminuer la taille des pictos
- Remplacer le lien "Plus de filtres" par un système accordéon qui s'ouvre et se ferme quand on clique dessus. Remplacer le bouton "rechercher" par "valider".
- Ajouter les libellés sous les icônes en bas de page (accueil, contact, identifiez-vous, panier).

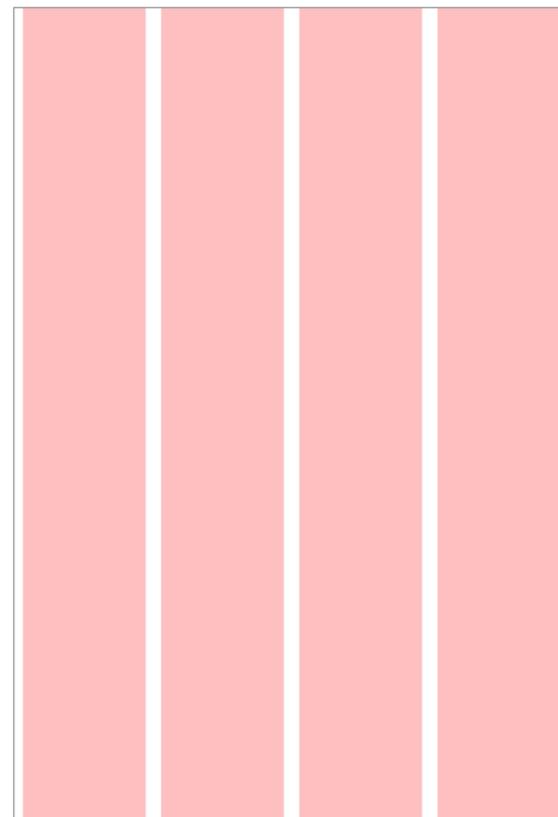
Maquette finale : Smartphone

Accueil sur mobile



Cette maquette a été créée à partir d'une grille à 4 colonnes sur une largeur de 360px.

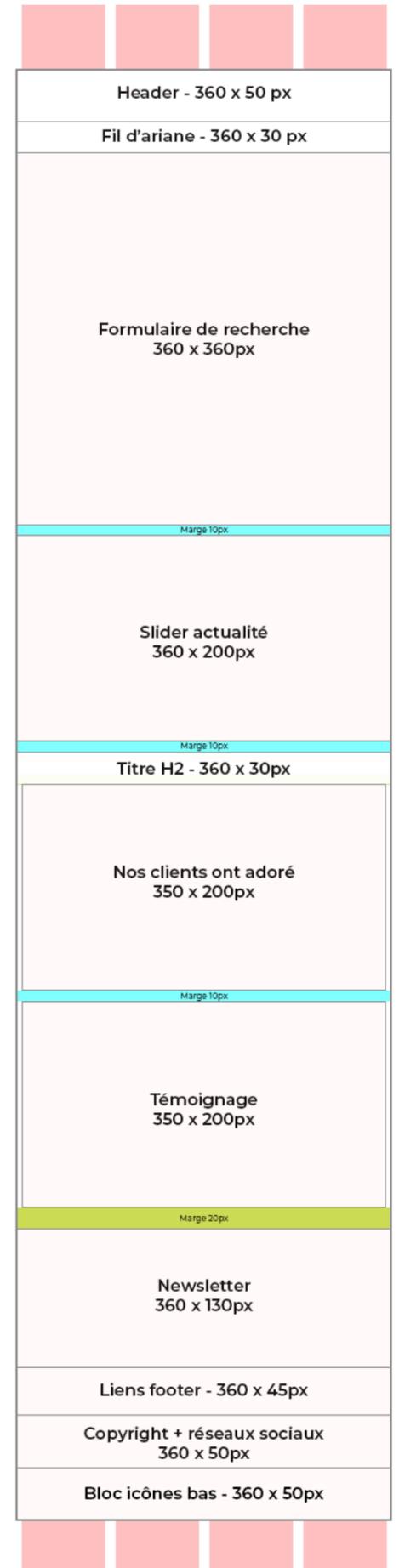
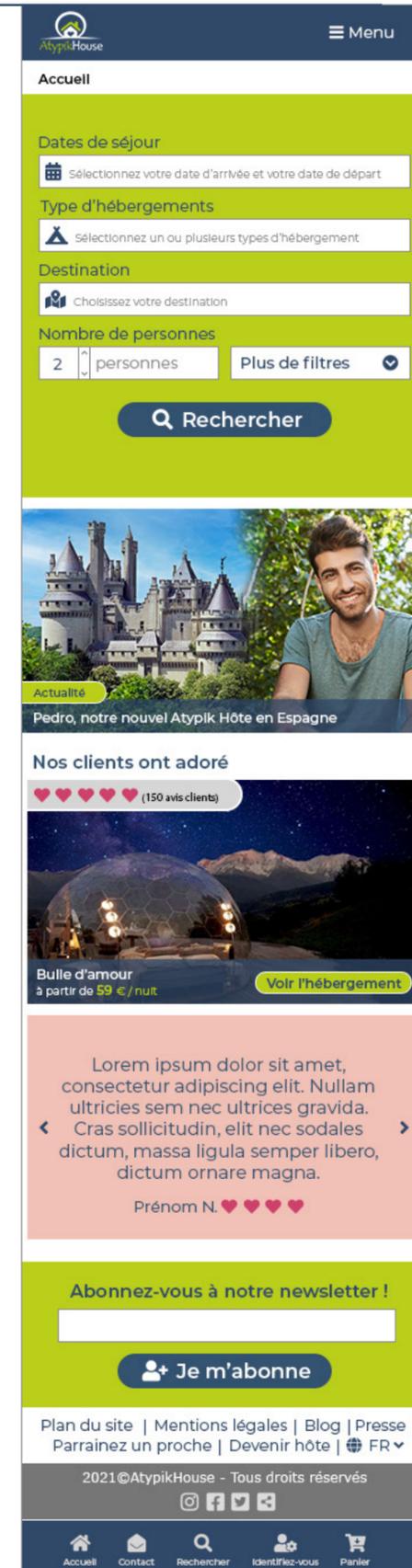
- › Largeur de colonnes : 80px
- › Largeur de la gouttière : 10px
- › Marges sur les côtés : 5px



Marge de 10px

Marge de 20px

Accueil



Catégorie



Header - 360 x 50 px

Fil d'ariane - 360 x 30 px

Carte
360 x 200 px

Marge 10px

Texte de présentation de la catégorie
360 x 240 px

Marge 20px

Trier par - 350 x 30px

Marge 10px

Filtres - 350 x 30px

Marge 10px

Hébergement
350 x 200px

Marge 10px

Hébergement
350 x 200px

Marge 10px

Voir plus - 360 x 50px

Marge 20px

Newsletter
360 x 130px

Liens footer - 360 x 45px

Copyright + réseaux sociaux
360 x 50px

Bloc icônes bas - 360 x 50px

Produit



Header - 360 x 50 px

Fil d'ariane - 360 x 30 px

Photos
360 x 200 px

Marge 10px

Descriptif de l'hébergement
360 x 400 px

Marge 10px

Domaine / hôte
350 x 200px

Marge 10px

Avis client
330 x 80px

Marge 10px

Avis client
330 x 80px

Marge 10px

Avis client
330 x 80px

Marge 20px

Lien voir les avis - 360 x 30px

Marge 20px

Laisser un commentaire
330 x 160px

Marge 20px

Newsletter
360 x 130px

Liens footer - 360 x 45px

Copyright + réseaux sociaux
360 x 50px

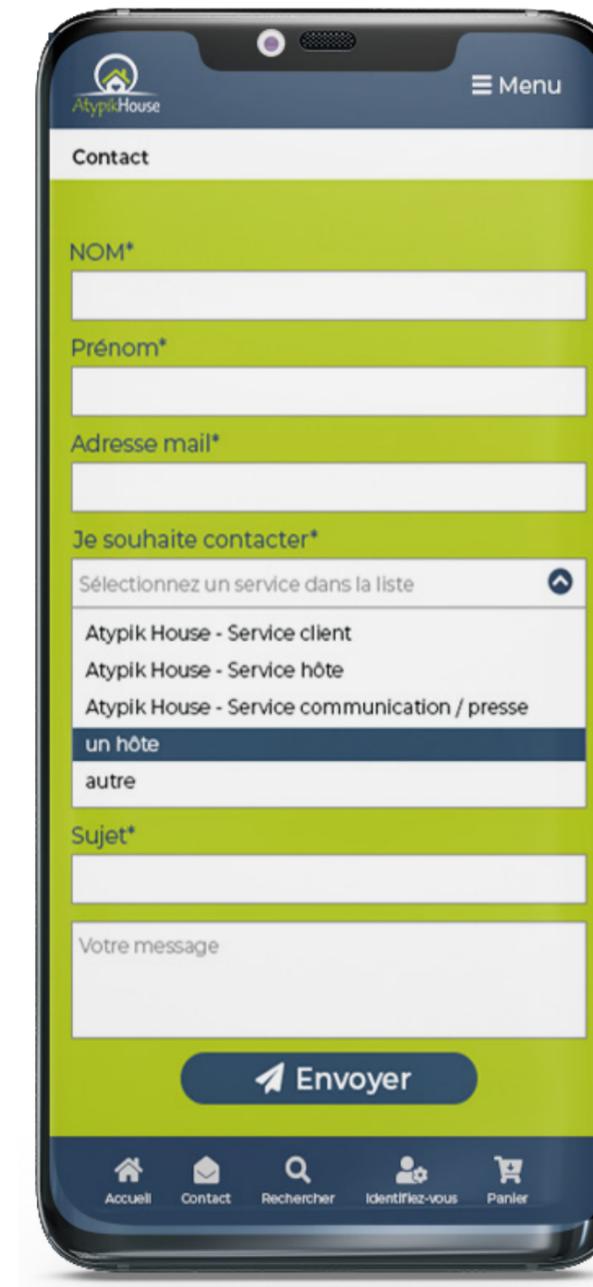
Réserver - 185 x 30px | Voir la carte - 178 x 30px

Bloc icônes bas - 360 x 50px

Contact

The desktop contact form is a vertical layout. At the top is a dark blue header with the 'AtypikHouse' logo and a 'Menu' icon. Below is a white 'Contact' section with a green border. It contains input fields for 'NOM*', 'Prénom*', and 'Adresse mail*'. A dropdown menu for 'Je souhaite contacter*' lists services like 'Service client', 'Service hôte', and 'Service communication / presse'. Below are fields for 'Sujet*' and 'Votre message', followed by a blue 'Envoyer' button. The 'Foire aux questions' section follows, with a title and a paragraph. It contains two question cards: one with a blue background and one with a pink background, each with a '+ En savoir plus' link. Below is a '+ Voir toutes les questions' link. The 'Abonnez-vous à notre newsletter !' section has a white input field and a blue '+ Je m'abonne' button. The footer contains links for 'Plan du site', 'Mentions légales', 'Blog', 'Presse', 'Parrainez un proche', and 'Devenir hôte', along with copyright information and social media icons.

This diagram shows the desktop contact form layout with dimensions and margins. It starts with a 'Header - 360 x 50 px' and a 'Fil d'ariane - 360 x 30 px'. The main content is a 'Formulaire de contact 360 x 570px'. Below this is a 'Marge 20px', followed by a 'Texte descriptif - 360 x 60px' and another 'Marge 10px'. The form contains a 'Question (fermé) 330 x 120px' and a 'Question (ouvert) 330 x 160px', both with 'Marge 10px' below them. This is followed by a 'Lien voir les questions - 360 x 30px' with a 'Marge 20px', a 'Newsletter 360 x 130px', and a 'Marge 20px'. The footer consists of 'Liens footer - 360 x 45px', 'Copyright + réseaux sociaux 360 x 50px', and a 'Bloc icônes bas - 360 x 50px'.

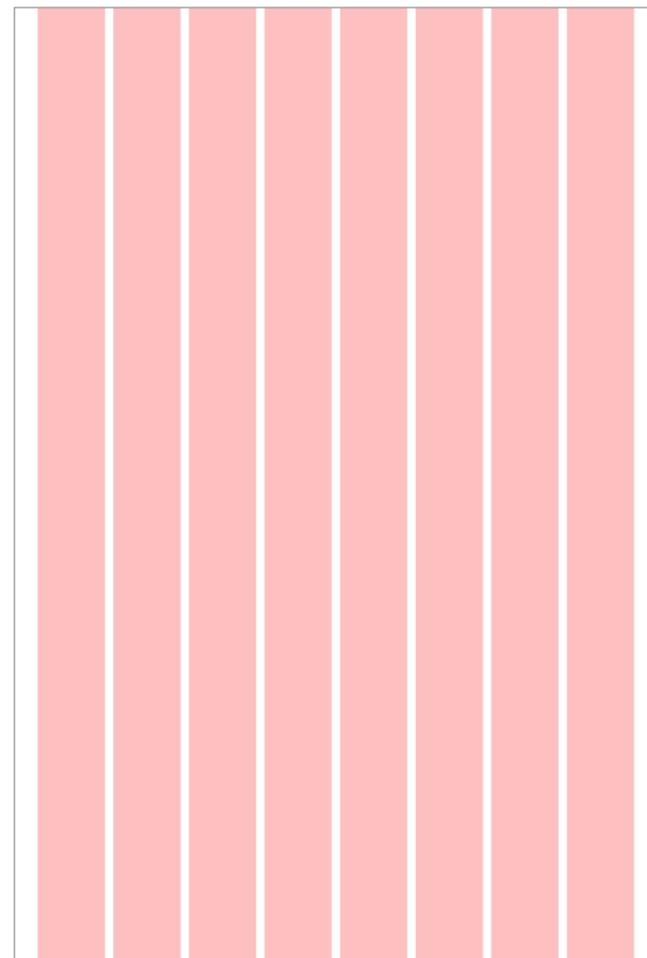
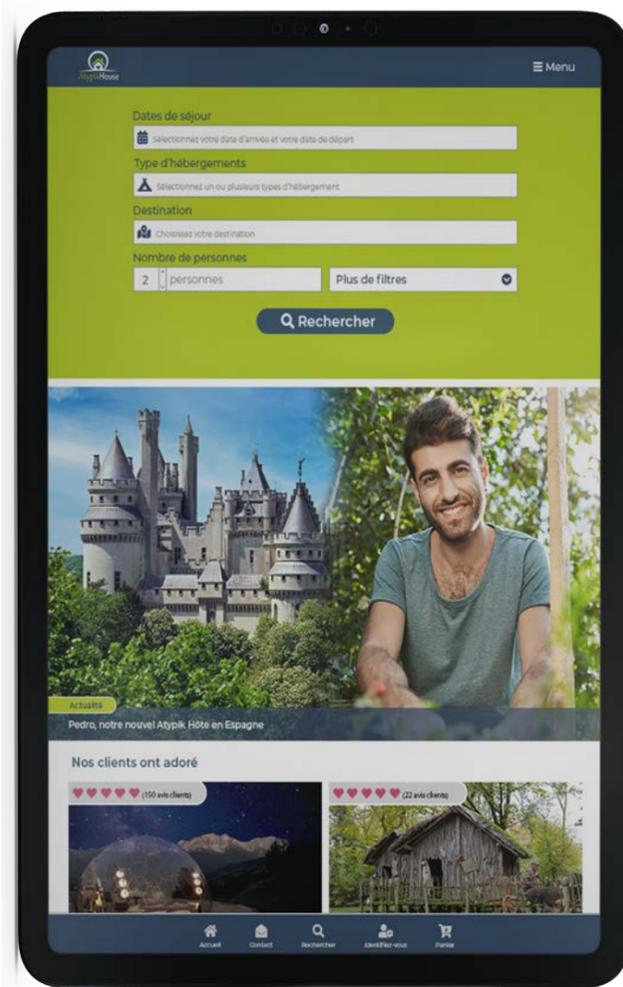


Maquette finale : Tablette

Cette maquette a été créée à partir d'une grille à 8 colonnes sur une largeur de 768px.

- Largeur de colonnes : 80px
- Largeur de la gouttière : 10px
- Marges sur les côtés : 29px

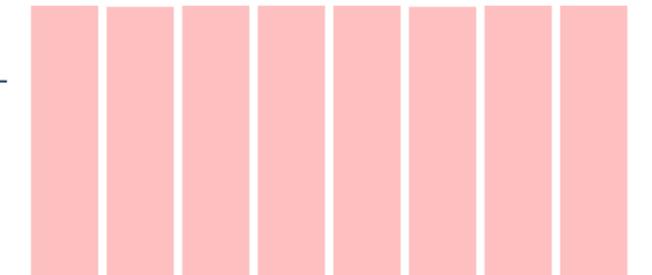
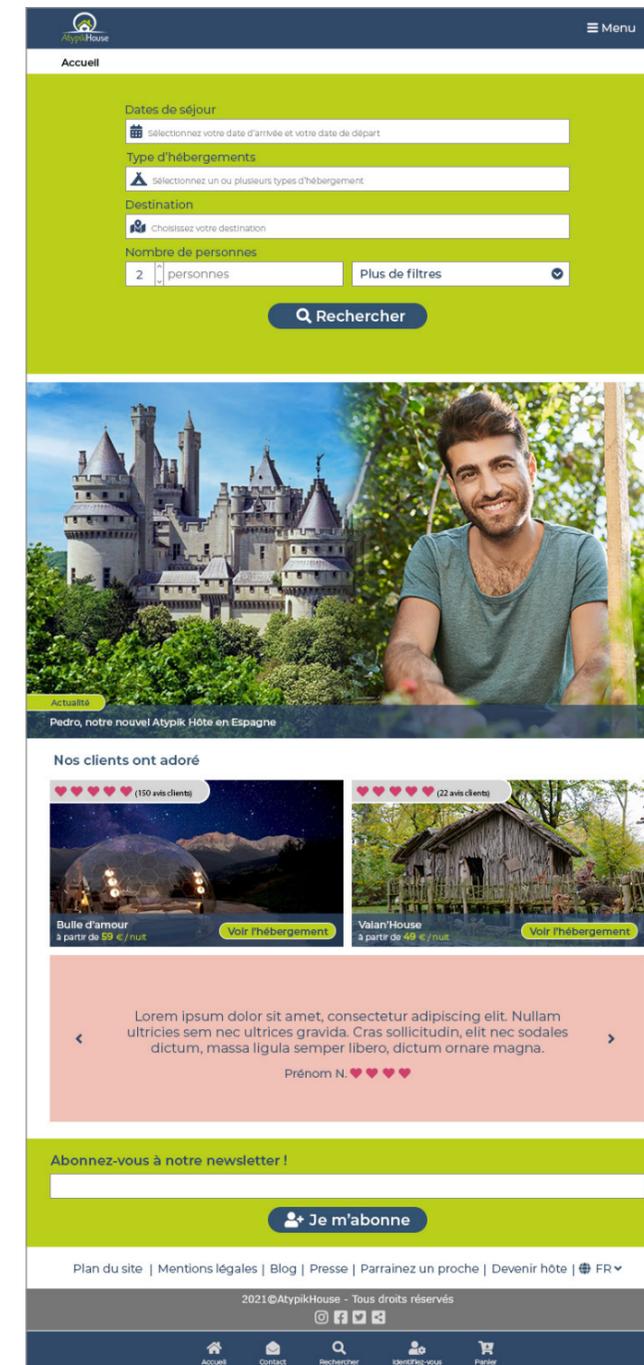
Accueil sur tablette



Marge de 10px

Marge de 20px

Accueil



Header - 768 x 50 px

Fil d'ariane - 768 x 30 px

Formulaire de recherche
768 x 360px

Marge 10px

Slider actualité
768 x 425px

Marge 10px

Titre H2 - 768 x 30px

Marge 10px

Hébergement
350 x 200px

Hébergement
350 x 200px

Marge 10px

Témoignage
710 x 200px

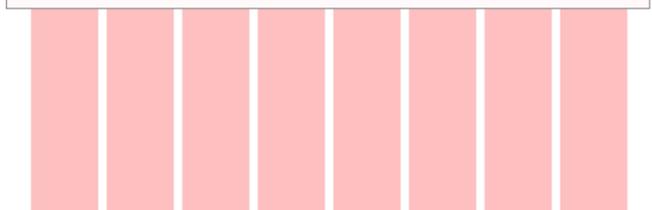
Marge 20px

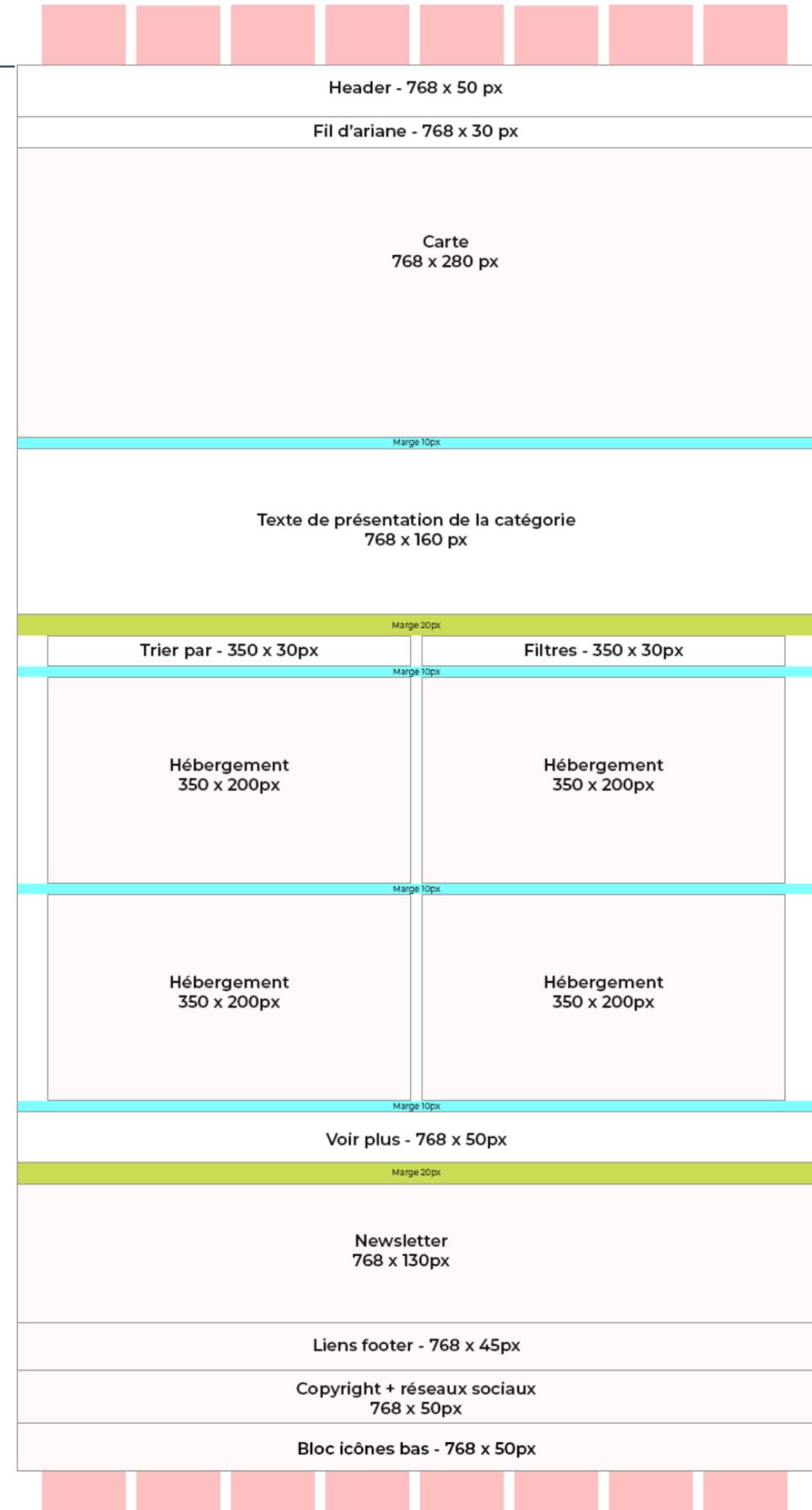
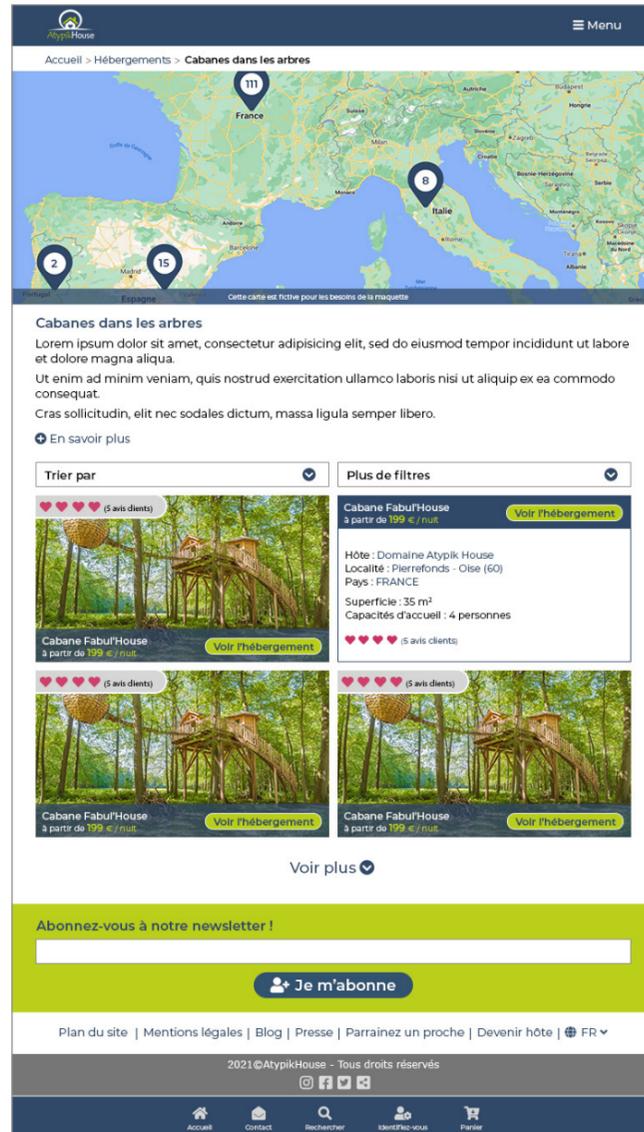
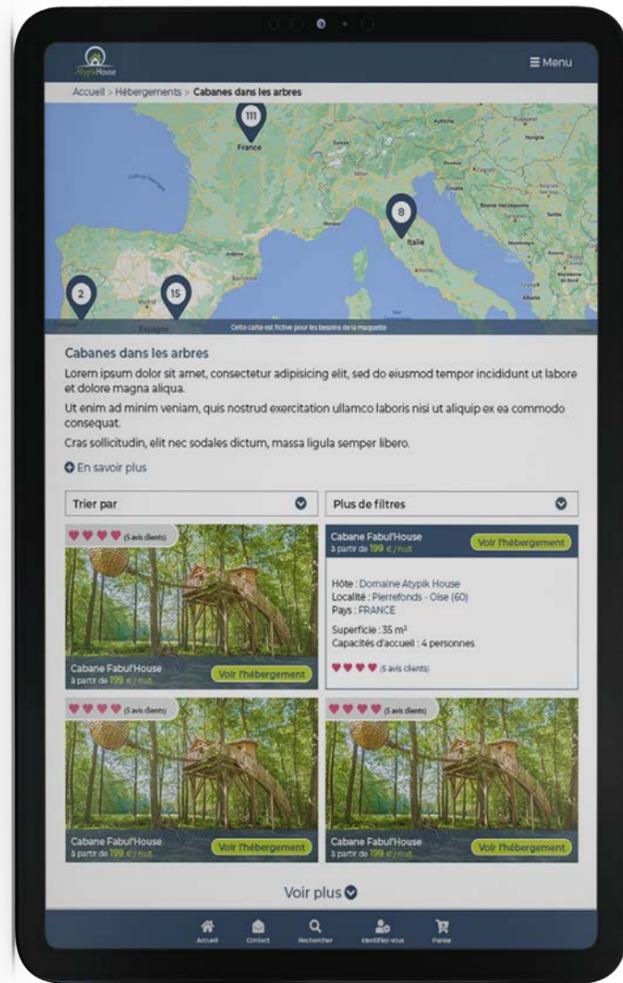
Newsletter
768 x 130px

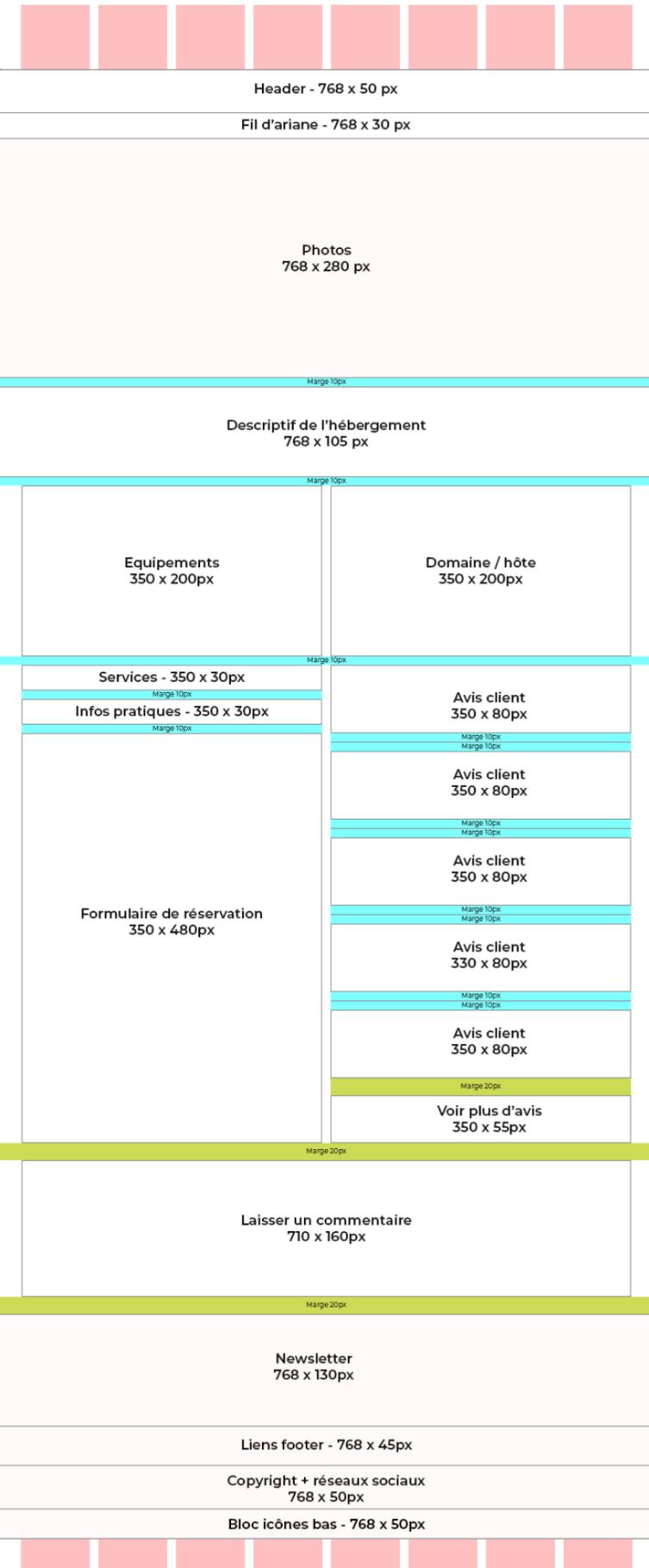
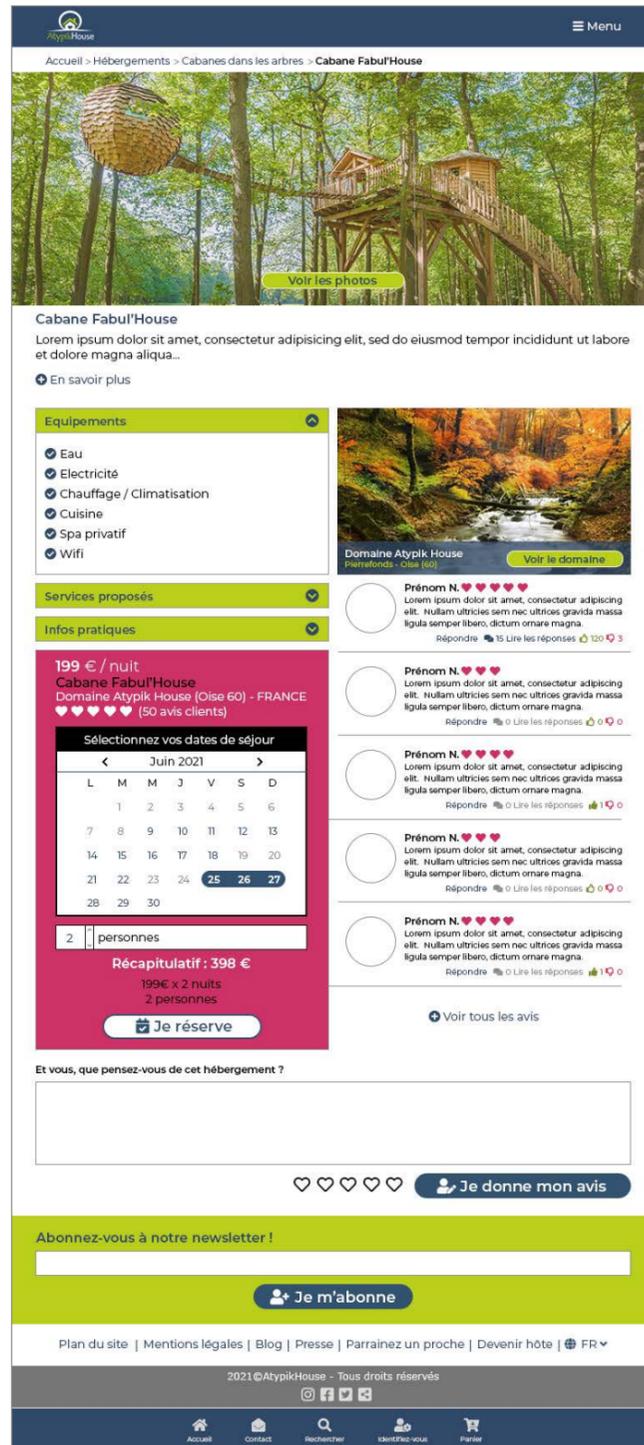
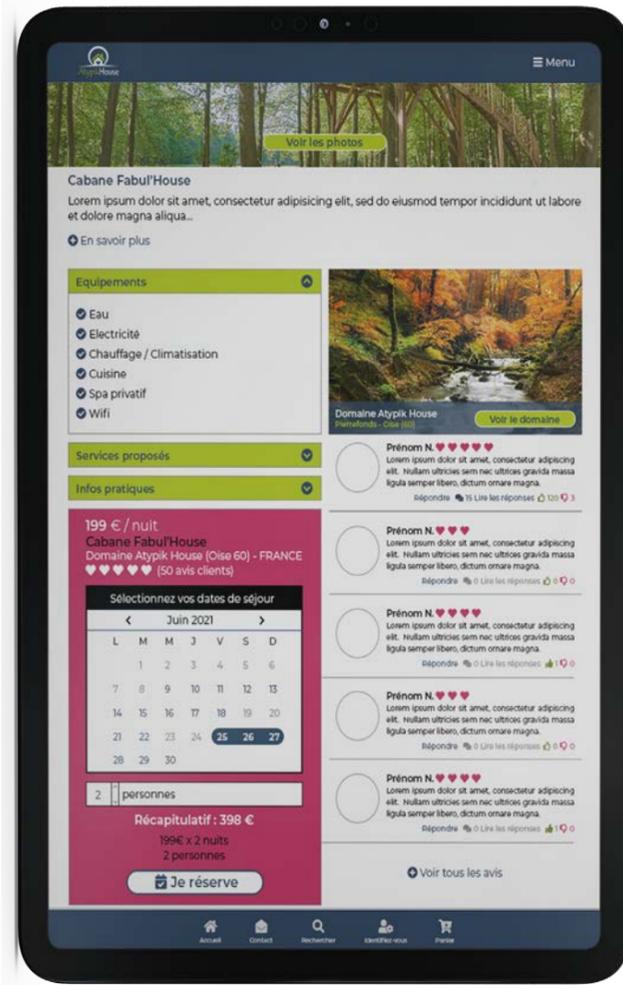
Liens footer - 768 x 45px

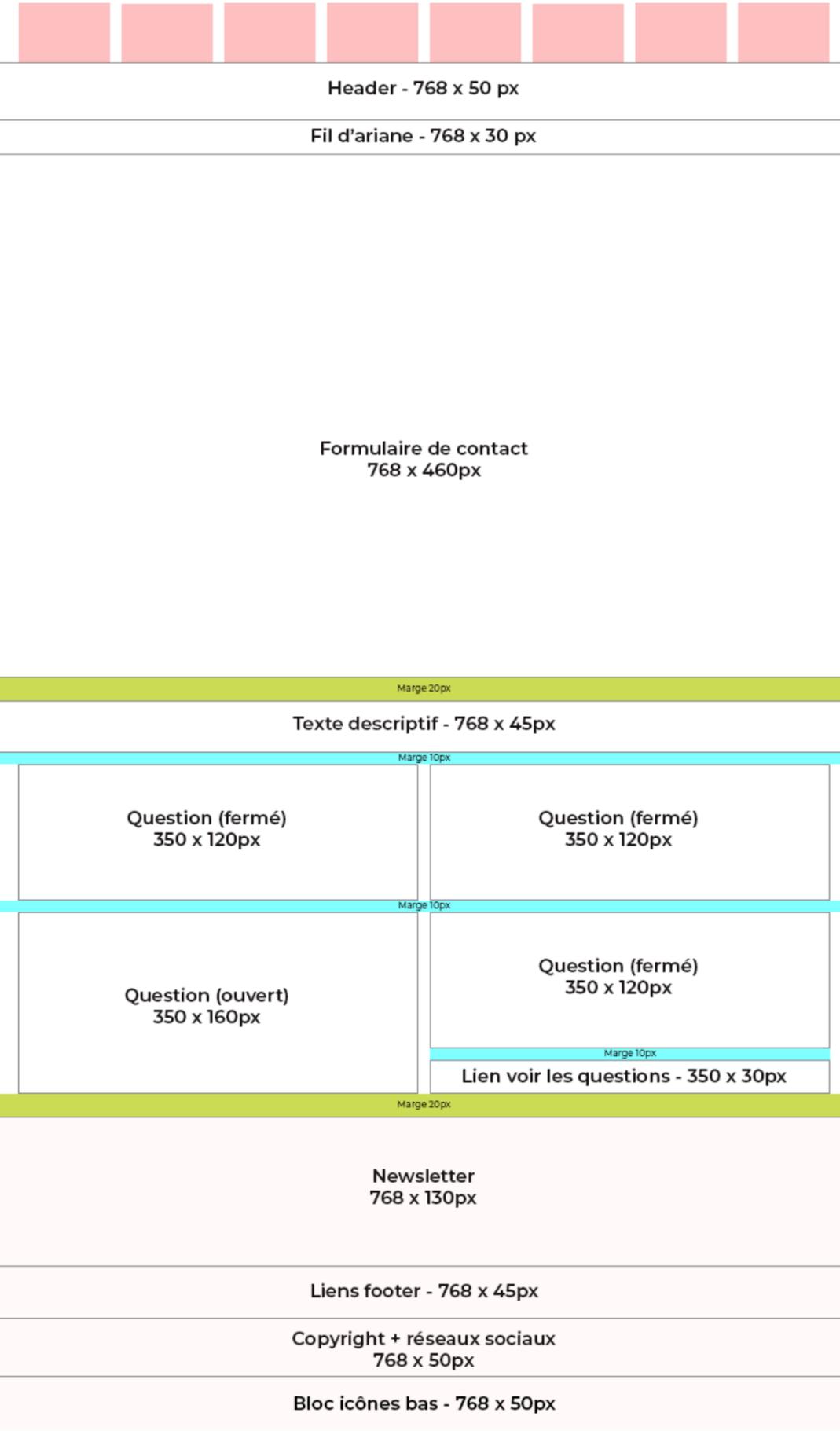
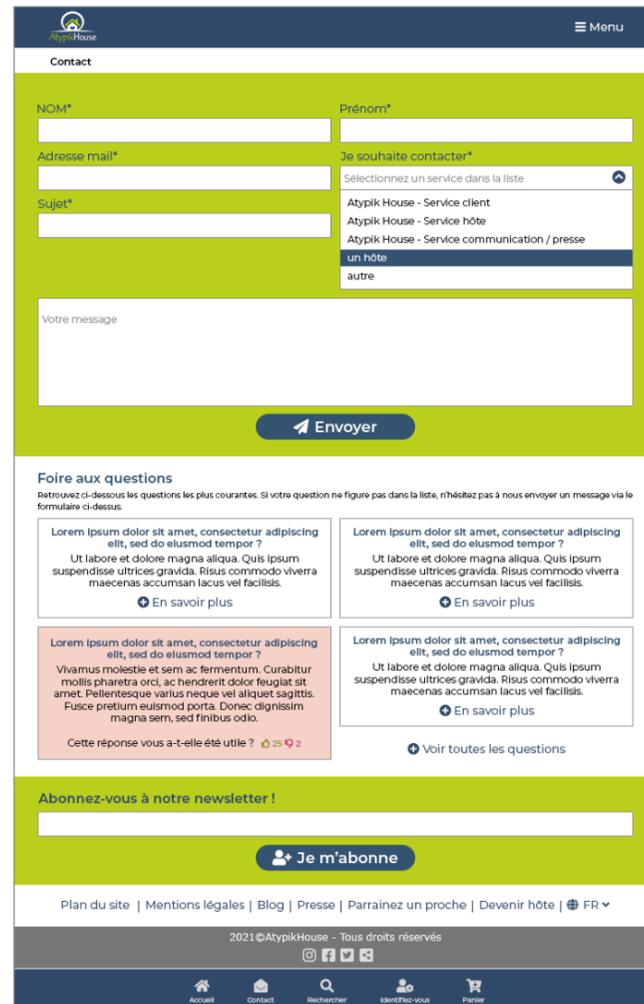
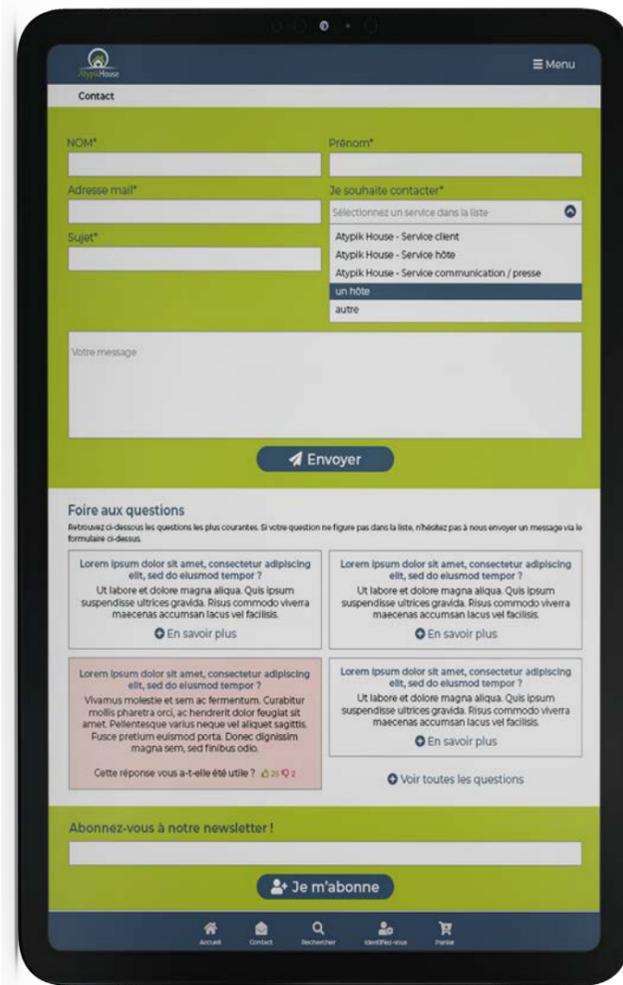
Copyright + réseaux sociaux
768 x 50px

Bloc icônes bas - 768 x 50px







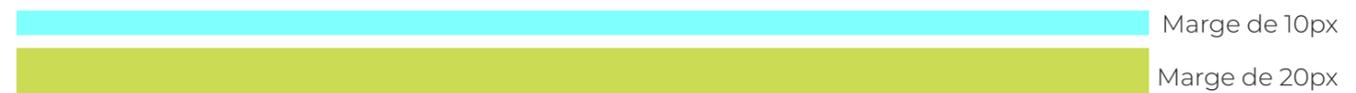
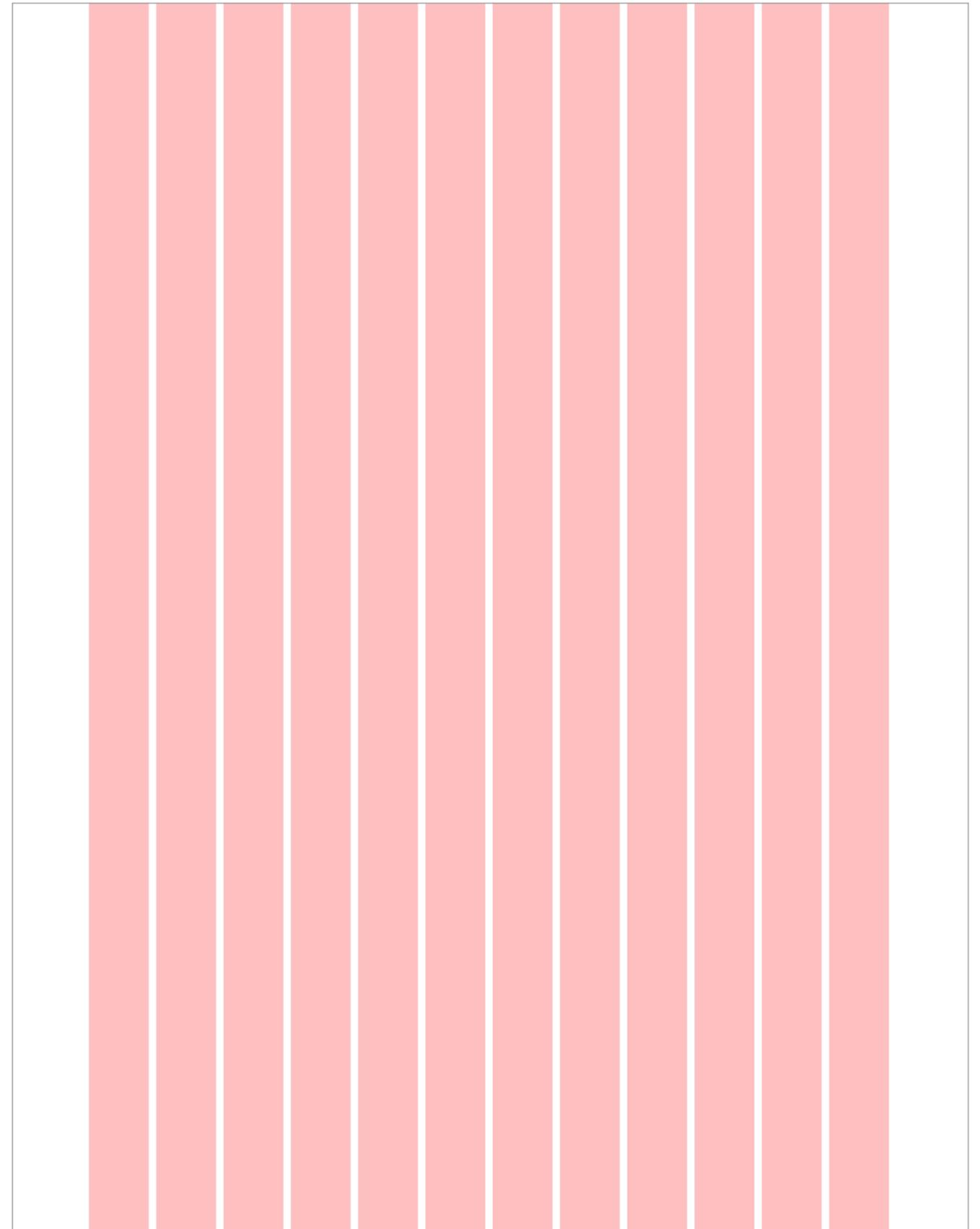


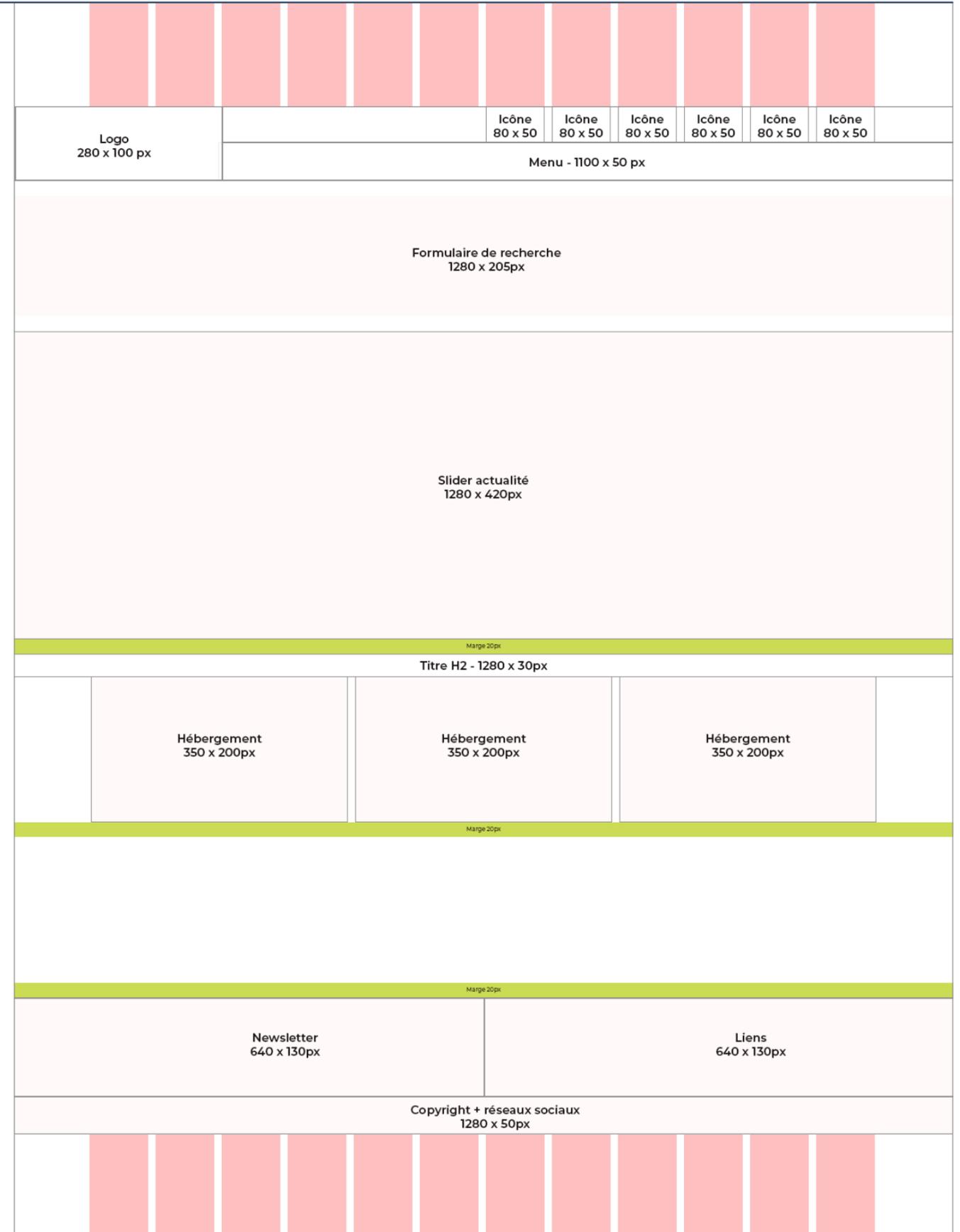
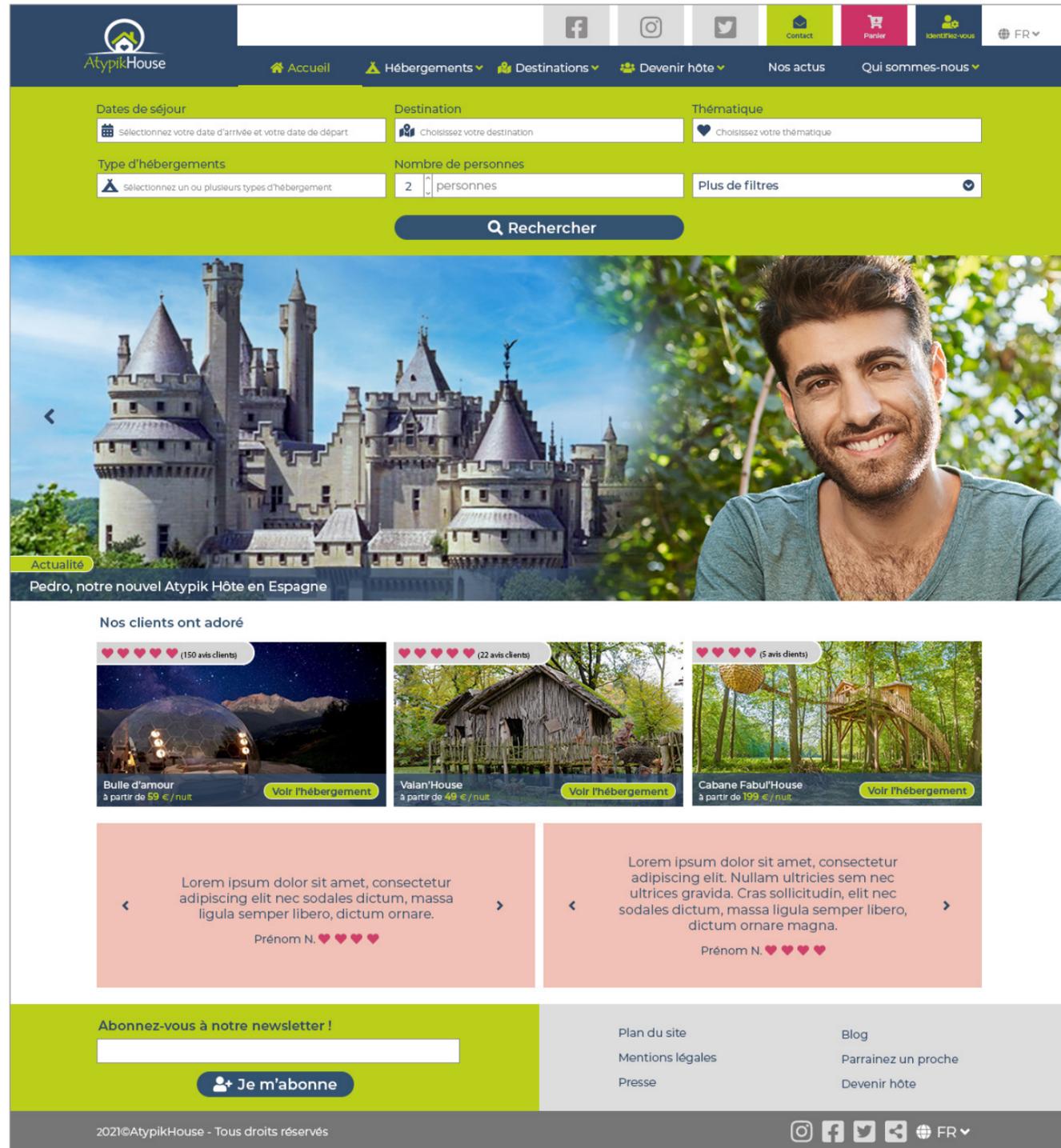
Maquette finale : Ordinateur

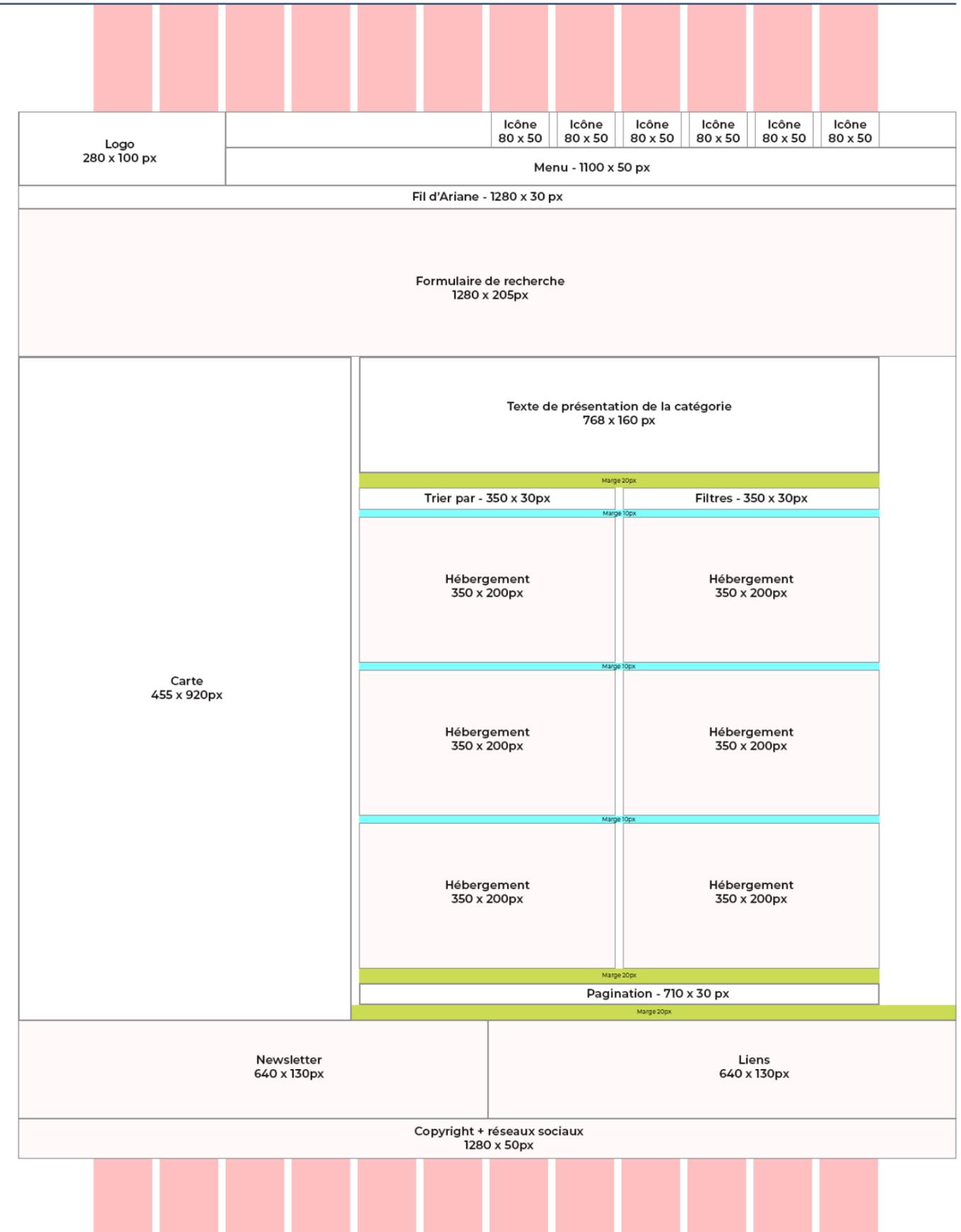
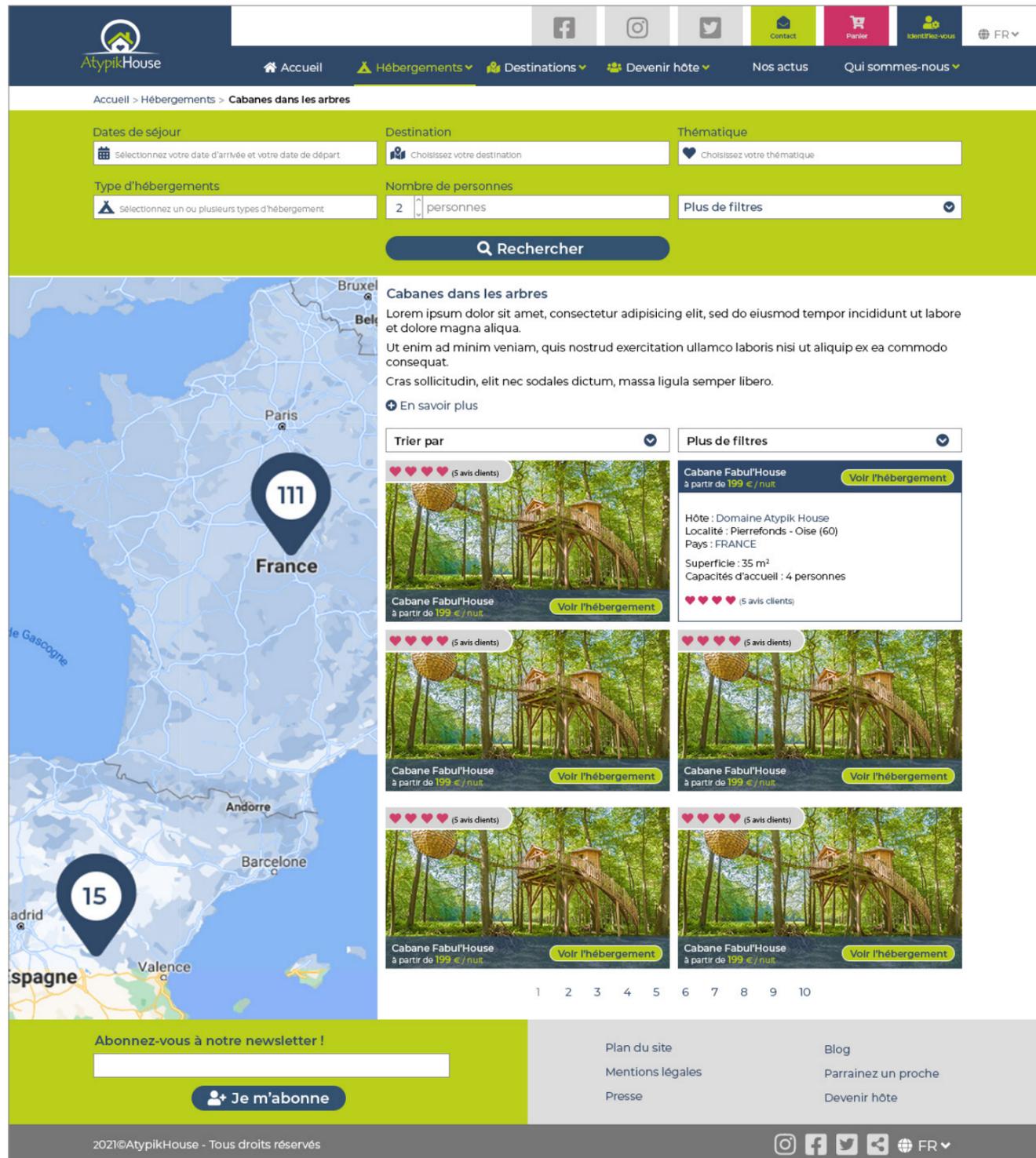
Cette maquette a été créée à partir d'une grille à 12 colonnes sur une largeur de 1280px.

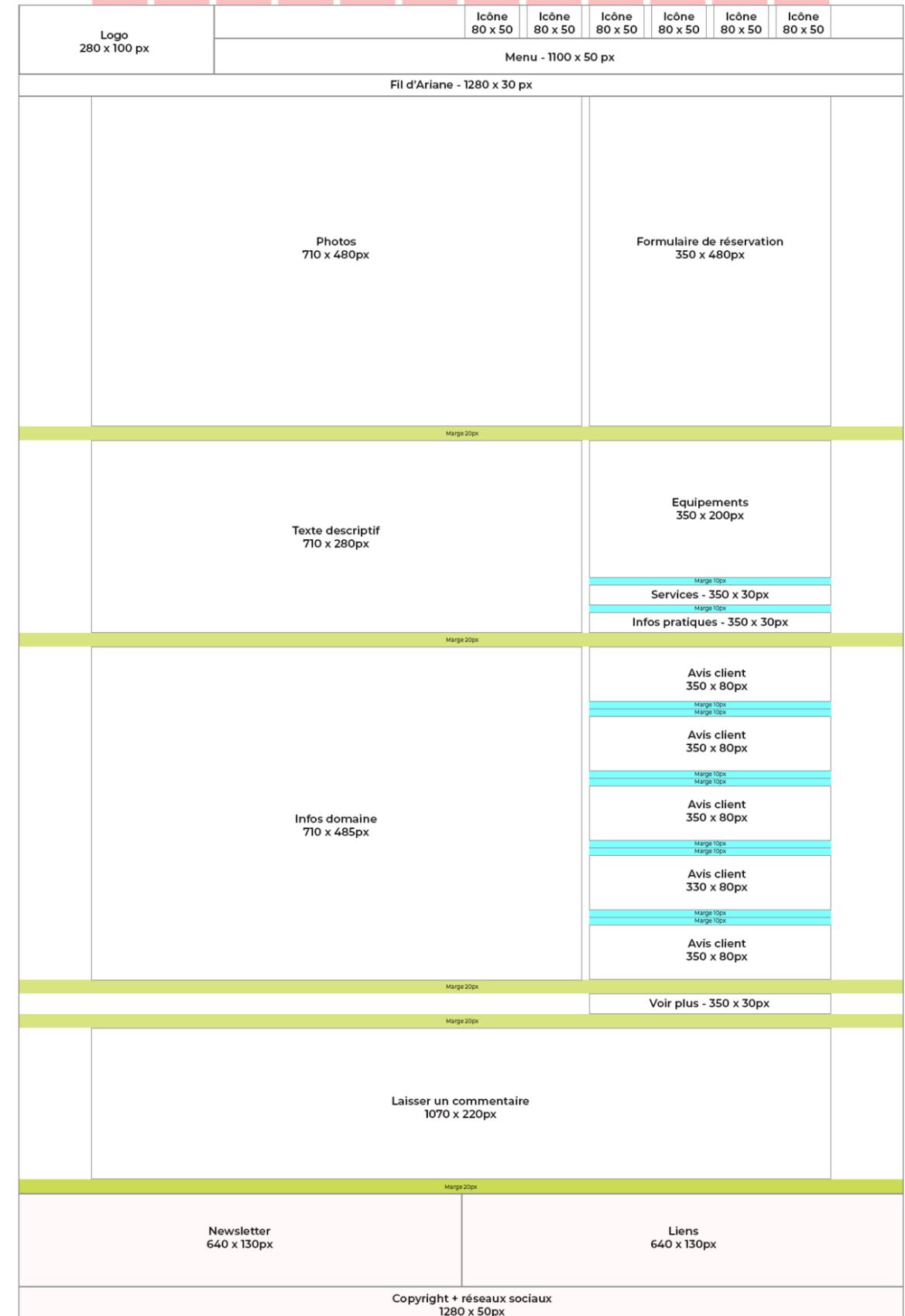
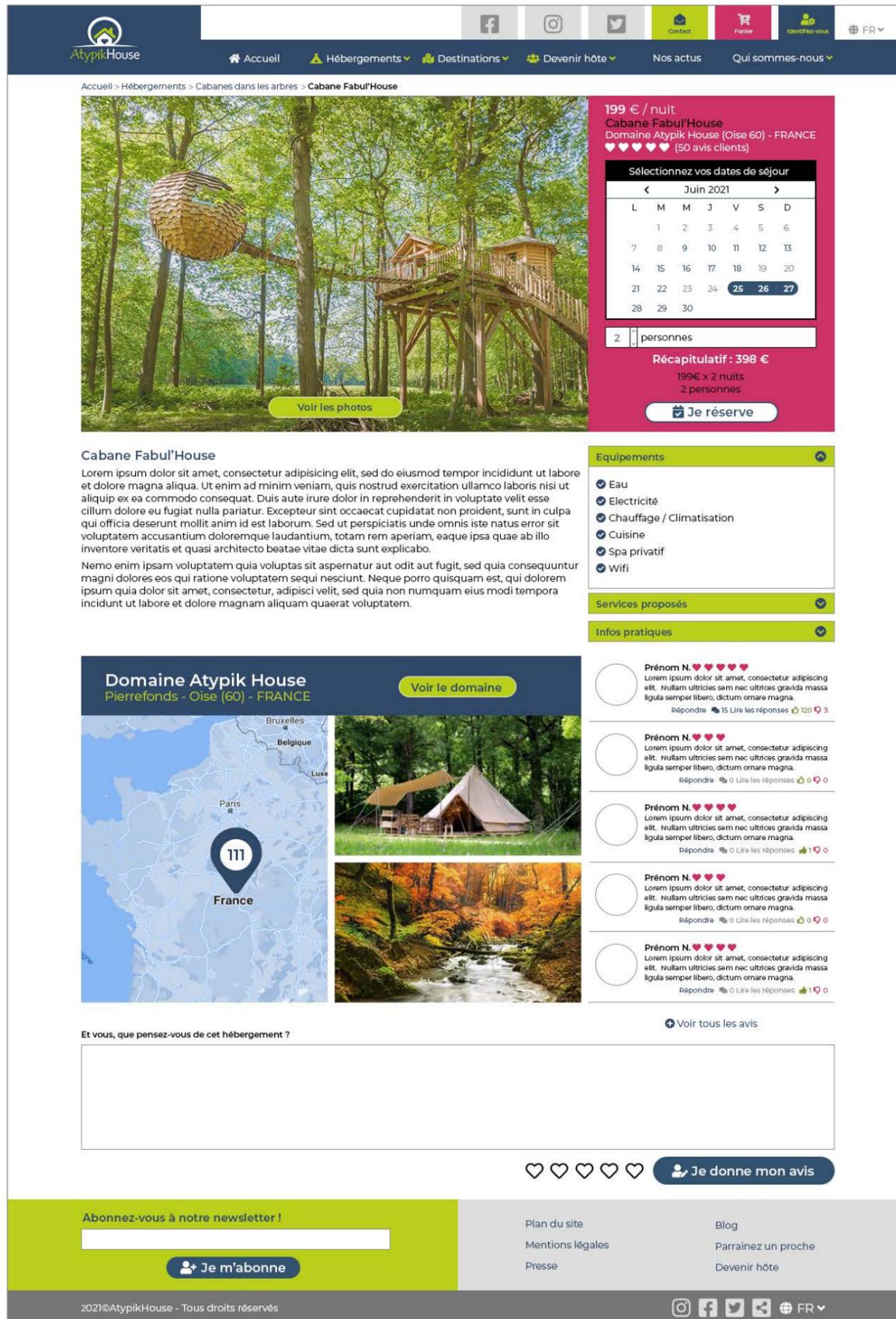
- › Largeur de colonnes : 80px
- › Largeur de la gouttière : 10px
- › Marges sur les côtés : 105px

Accueil sur ordinateur

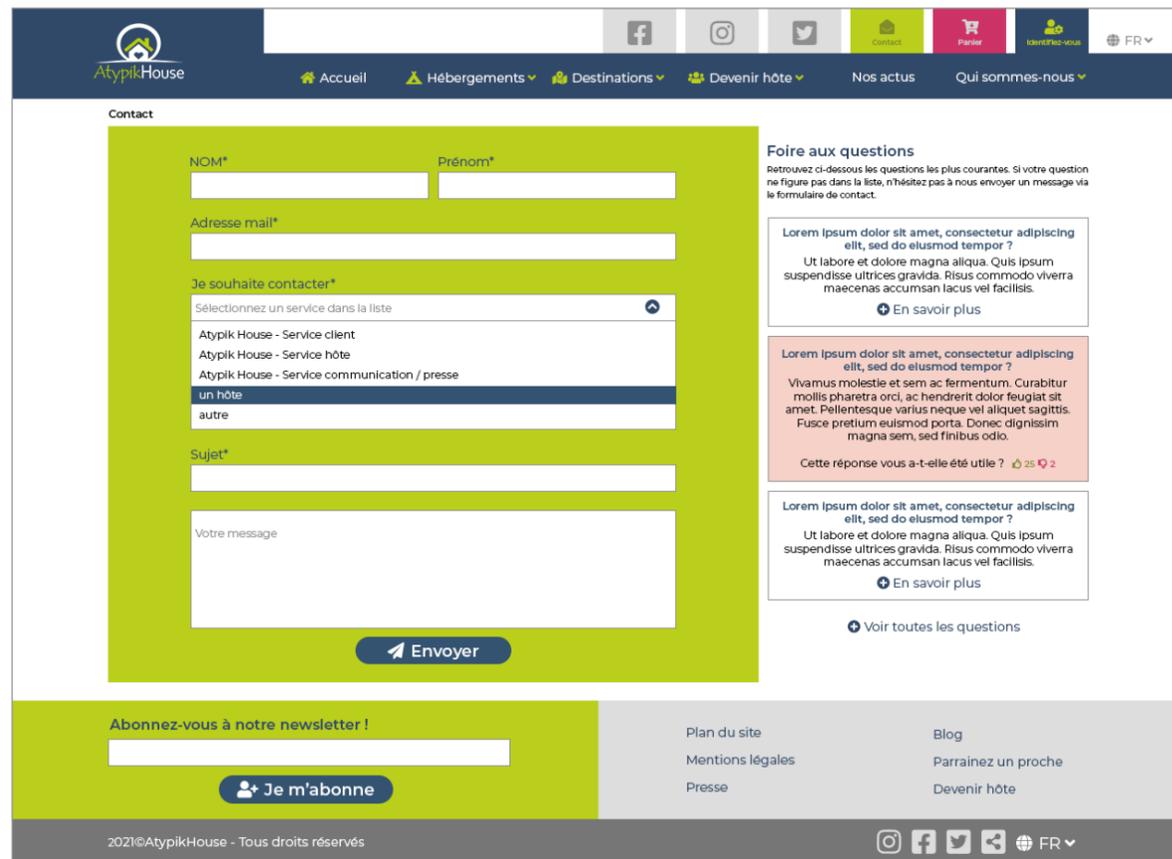








Contact



Améliorations apportées à la maquette par rapport aux wireframes :

Sur la version mobile (téléphone et tablette) :

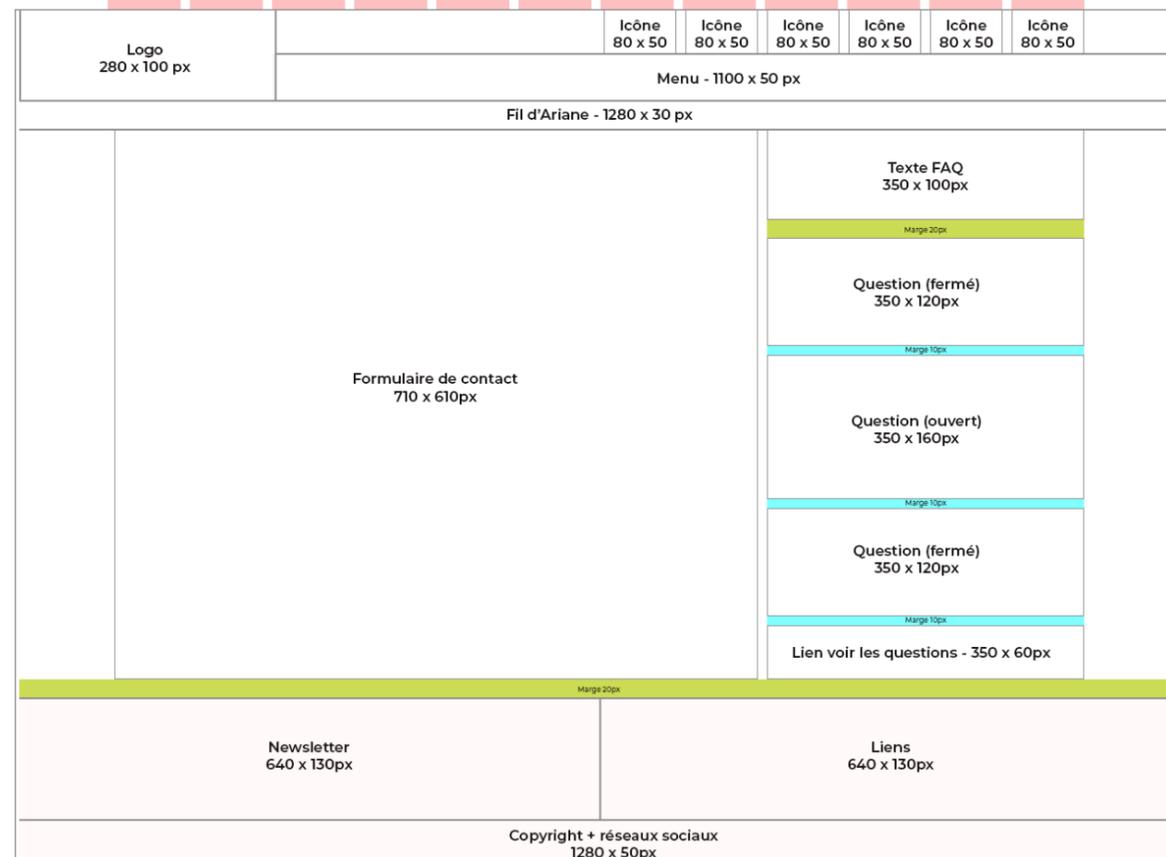
► Le bouton "rechercher" en bas de l'écran a été supprimé. Nous l'avons rajouter en 5e icône avec "Accueil", "Contact", "Identifiez-vous" et "Panier". Nous avons également rajouté le libellé sous les icônes et réduit leur taille.

Sur la version pour ordinateur :

- Sur la page d'accueil, les parties "Nos clients ont adoré" et les témoignages ont été inversés, pour être plus en adéquation avec les versions mobiles (smartphone et tablette).
- Au niveau du pied de page, l'encart inscription à la newsletter et les liens ont aussi été inversés, toujours dans le but de rester en adéquation avec la version mobile.
- Au niveau de l'en-tête et du pied de page, nous avons rajouté la fonctionnalité qui permet de sélectionner la langue pour la navigation sur le site. Sur mobile, cette fonctionnalité se trouve dans le pied de page et dans le menu.

Sur toutes les versions

- Le lien "plus de filtres" dans le formulaire de recherche a été remplacé par un accordéon qui s'ouvre et se ferme quand on clique dessus.
- La page "Produit" a été complètement repensé.



Supports de communication

Afin de vous aider à comprendre comment décliner votre charte graphique sur vos divers supports de communication, nous vous avons préparé un "kit de démarrage".

Vous y retrouverez :

- › nos propositions de cartes de visite,
- › un modèle de courrier + enveloppe avec fenêtre,
- › 1 flyer A5,
- › 5 bannières publicitaires avec différents formats,
- › des habillages pour vos réseaux sociaux (Instagram et Facebook).

Carte de visite pour les employés d'Atypik House



Carte de visite Lucas LATOUR (associé)



Carte de visite Gabriel YOGA (associé)



Carte de visite Sarah EVENT (associée)



Modèle de courrier - Format A4 (210x297mm)



Atypik House SARL
RCS : Compiègne A 492 855 890
Rue de la Fontaine Porchers
60350 Pierrefonds
03 44 50 75 99
contact@atypikhouse.com

A l'attention de
Adresse
Code postal + Ville

Objet : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Ut at sagittis felis. Etiam nisi sapien, condimentum id ultricies a, lobortis quis tortor. Aenean nec tempus lacus, eget dictum dolor. Mauris metus tellus, mollis in venenatis a, feugiat ut mi. Cras dictum, diam quis interdum suscipit, eros ipsum ultrices nibh, et vestibulum nisi lacus vitae ipsum. Maecenas sit amet libero bibendum, posuere sem non, auctor justo. Cras sit amet pellentesque arcu. Aliquam vehicula tristique porta. Ut luctus convallis eleifend.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut at sagittis felis. Etiam nisi sapien, condimentum id ultricies a, lobortis quis tortor. Aenean nec tempus lacus, eget dictum dolor. Mauris metus tellus, mollis in venenatis a, feugiat ut mi. Cras dictum, diam quis interdum suscipit, eros ipsum ultrices nibh, et vestibulum nisi lacus vitae ipsum. Maecenas sit amet libero bibendum, posuere sem non, auctor justo.

Cras sit amet pellentesque arcu. Aliquam vehicula tristique porta. Ut luctus convallis eleifend.

Signature

<https://atypikhouse.com> 

 @atypikhouse  @atypikhouse  @atypikhouse

Enveloppe avec fenêtre - Format C6/C5 (229x114mm)



Atypik House SARL
RCS : Compiègne A 492 855 890
Rue de la Fontaine Porchers
60350 Pierrefonds
03 44 50 75 99
contact@atypikhouse.com



Flyer A5 (148x210mm) + 3mm de fond perdu


AtypikHouse

Ne rêvez plus... vivez l'insolite !

 **+ 100 hébergements**
en France et en Europe

 **Des hôtes**
à votre écoute

 **Une expérience**
unique et sur-mesure

<https://atypikhouse.com>

 atypikhouse  @atypikhouse  @atypikhouse

Ne pas jeter sur la voie publique
Imprimé par nos soins : Atypik House SARL - Capital social 10 000 €
Rue de la Fontaine Porchers 60 350 Pierrefonds - Numéro RCS : Compiègne A 492 855 890

Bannières web - Rectangle moyen 300x250px

♥ Elue coup de coeur du mois par nos clients ! Et si vous veniez tester une nuit à la belle étoile ? ♥
Réservez ici

Vous êtes propriétaire d'un bien atypique ?
Et pourquoi pas devenir hôte ?
Rejoignez-nous ici

Bannière web - Leaderboard 728x90px

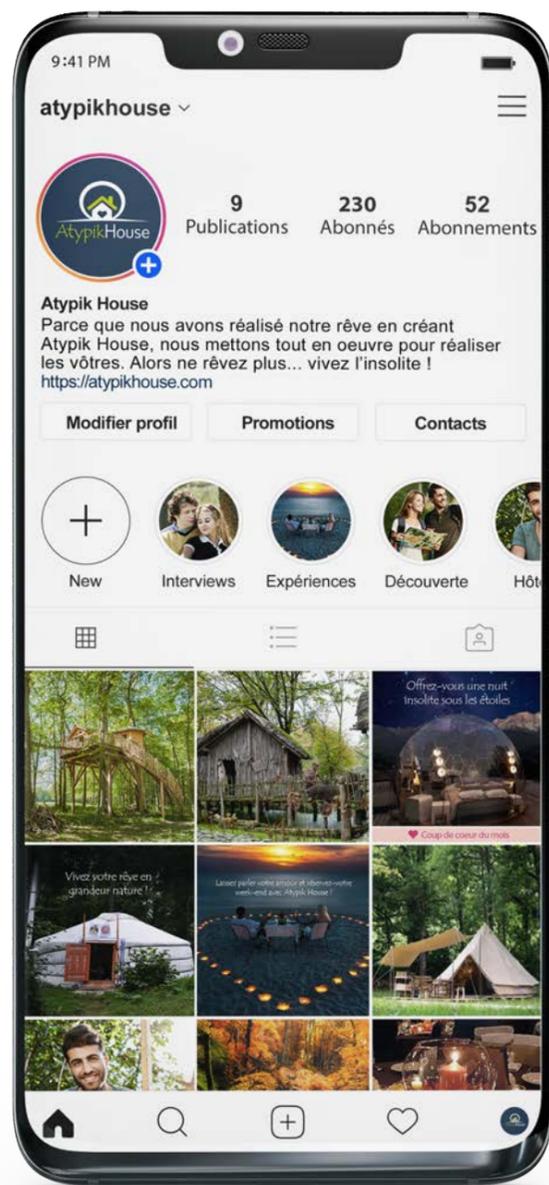
Ne rêvez plus... vivez l'insolite
En savoir plus

Bannière web - Grande bannière mobile 320x100px

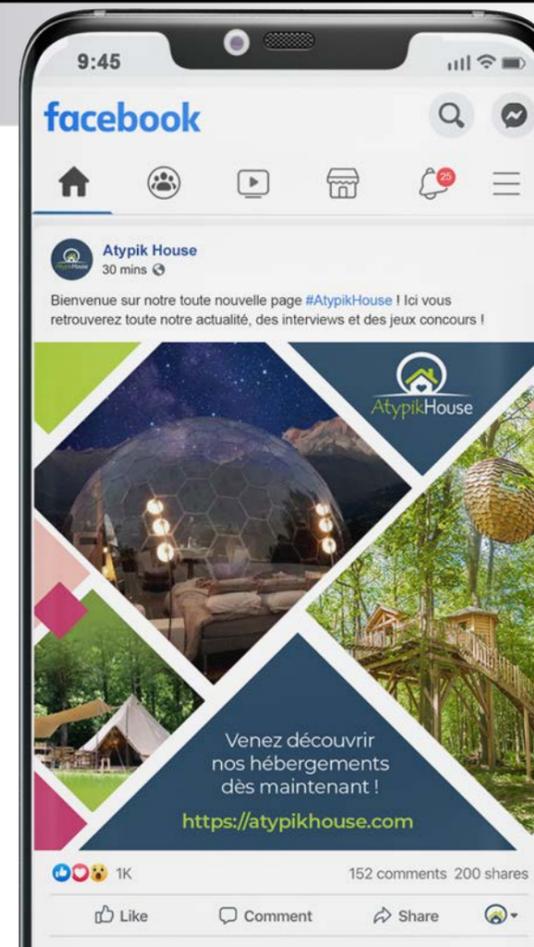
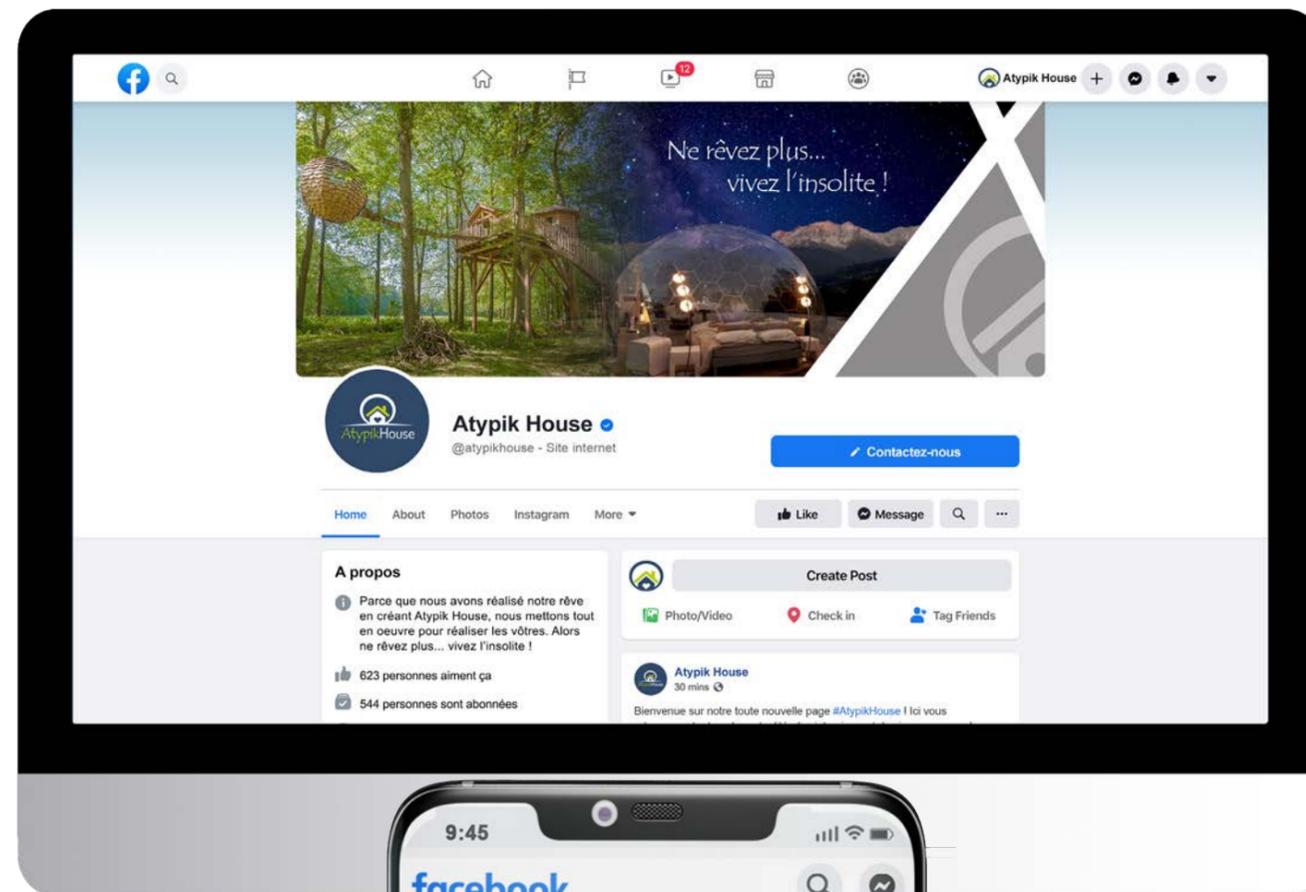
Offrez-vous un week-end de rêve pour la Saint-Valentin !
Réservez ici

Vous cherchez à louer un bien Insolite ?
Devenez hôte

Habillage Instagram



Habillage Facebook



Clic{2}
#Geeks;
</La Te@m du numérique>

Bibliographie

Logiciels utilisés :

Dossier : Adobe InDesign CC 2021

Logo : Adobe Illustrator CC 2021

Personas : Adobe InDesign CC 2021

Supports de communication : Adobe Illustrator et Photoshop CC 2021

Zoning et maquette finale : Adobe Photoshop CC 2021

Wireframes : Adobe XD CC 2021

Banques d'images : freepik.com | pixabay.com

Typos : dafont.com | fonts.adobe.com | fonts.google.com

Autres sites ressources : color.adobe.com | color.review

Sites de références : Abracadaroom | Airbnb | Booking.com | Cabanes de France | Amazon | Leroy Merlin | McDonald's | Instagram | Netflix | Nespresso | UberEats