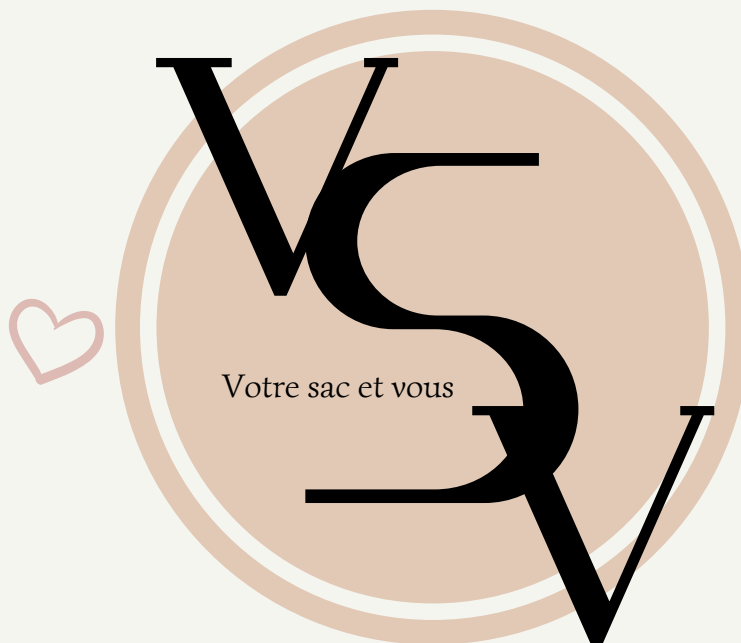


CHARTE GRAPHIQUE

LOGO

Le logo comprend les initiales "VSV" en caractères avec serifs pour refléter l'élégance et la sophistication. La dénomination complète "Votre Sac & Vous" est en écriture manuscrite pour ajouter une touche personnalisée et accessible.



visuels



Nuances et codes couleurs

Palette principale :

Nude, beige, et rose pour évoquer la sophistication et l'élégance.

Couleurs secondaires blanche pour maintenir un aspect sobre et chic.

Codes Couleurs :

Nude (Hex: #E8C8B8)

Rose (Hex: #B76E79)

Blanche (Hex: #F5F5F5)

Polices

- Pour "VSV" : Serif, comme pour un aspect traditionnel et élégant.
- Pour "Votre Sac & Vous" : Une écriture manuscrite pour la personnalisation.

Justification de l'Univers Graphique

- L'objectif est de refléter le positionnement haut de gamme de la marque tout en restant accessible et attrayant pour une clientèle variée.
- Les couleurs nude et les éléments or rose évoquent un luxe discret, en phase avec les attentes de notre clientèle cible.
- L'association des polices serif et manuscrite crée un équilibre entre tradition et modernité, soulignant notre engagement envers la qualité et le design personnalisé.
- Les visuels de produits sont conçus pour mettre en valeur la variété et la qualité des sacs, attirant ainsi les clients qui recherchent à la fois style et fonctionnalité.

Cette charte graphique vise à créer une identité visuelle forte pour "Votre Sac & Vous", qui parle à nos différents segments de clientèle tout en restant fidèle à nos valeurs de marque.

ANALYSE DU MARCHÉ DET DE LA CONCURRENCE

Je choisis de me concentrer sur un concurrent existant dans le même secteur : Michael Kors.

Michael Kors est une marque renommée dans le monde de la mode et de la maroquinerie de luxe.

Analyse de Michael Kors

Présentation du site

- Points Forts : Le site de Michael Kors est élégant et intuitif, avec un design moderne qui reflète bien la marque de luxe. Les produits sont bien mis en avant avec des visuels de haute qualité.
- Points Faibles : Il peut être un peu chargé en informations promotionnelles, ce qui pourrait détourner l'attention des produits eux-mêmes.

Contenu

- Points Forts : Le contenu est diversifié et riche, offrant une variété de produits incluant non seulement des sacs, mais aussi des vêtements et des accessoires.
- Points Faibles : La quantité de produits pourrait être écrasante pour certains consommateurs qui cherchent une expérience d'achat plus simplifiée.

Offres

- Points forts : Offres régulières et attractives, souvent saisonnières, qui encouragent les achats répétés.
- Points faibles : Les promotions fréquentes pourraient diminuer la perception de la valeur des produits de la marque.

Fonctionnalités

- Points forts : Le site propose des fonctionnalités utiles comme la recherche filtrée, les avis clients, et une interface adaptée à tous les appareils (responsive design).
- Points faibles : Certaines fonctionnalités pourraient être plus innovantes, comme la réalité augmentée ou la personnalisation des produits.

Impact sur les Consommateurs

- L'approche de marketing intégrée et la présence forte sur les réseaux sociaux créent une relation solide avec les consommateurs, renforçant la fidélité à la marque.

Implications pour la marque "Votre Sac & Vous"

- Différenciation : "Votre Sac & Vous" devrait se concentrer sur l'offre d'une expérience d'achat plus personnalisée et moins encombrée, se distinguant ainsi de Michael Kors.
- Valorisation de la marque : Éviter les promotions trop fréquentes pour maintenir une image de marque de haute qualité.
- Innovation technologique : Intégrer des fonctionnalités technologiques innovantes pour améliorer l'expérience client et se démarquer de la concurrence.

Cette analyse a pour but de montrer que "Votre Sac & Vous" peut tirer des leçons des stratégies de Michael Kors, tout en trouvant des moyens de se distinguer sur le marché concurrentiel de la maroquinerie de luxe.

CLIENTS ET ATTENTES

Voici deux personas représentatives des clients cibles et leurs attentes :

Persona 1 : Élise, une professionnelle aisée

- **Description :**
Élise, 45 ans, est une cadre supérieure dans une entreprise internationale. Elle vit dans une grande ville et a un goût prononcé pour la mode et les accessoires de luxe.
- **Attentes :**
Elle cherche des sacs qui allient style et fonctionnalité, parfaits pour le bureau comme pour les sorties. Elle attend de la qualité, de la durabilité, et un certain statut de marque.
- **Médias sociaux :**
Utilise principalement LinkedIn pour le réseau professionnel et Instagram pour les tendances mode.
- **Revenus :**
Élevés, lui permettant des achats de luxe réguliers.
- **Habitudes :**
Fait souvent du shopping en ligne, aime les sites offrant une expérience utilisateur personnalisée et des conseils de style.

Persona 2 : Julien, un étudiant qui aime la mode

- **Description :**
Julien, 23 ans, est un étudiant en design de mode. Il est très actif sur les réseaux sociaux et suit de près les dernières tendances.
- **Attentes :**
Recherche des sacs tendance à des prix abordables. Intéressé par des offres spéciales et des éditions limitées.
- **Médias Sociaux :**
Très actif sur Instagram et TikTok pour s'inspirer des dernières tendances et styles.
- **Revenus :**
Modérés, avec une préférence pour les achats de bonne qualité à prix raisonnable.
- **Habitudes :**
Privilégie les achats en ligne, aime les marques qui ont une bonne présence sur les réseaux sociaux et qui offrent une expérience d'achat interactive.

Ces personas aident à comprendre les différents segments de clientèle et à adapter cette stratégie marketing pour répondre au mieux à leurs besoins spécifiques.



LE PLAN E-MARKETING

Les outils utilisés

Les outils d'analyse de trafic et d'engagement :

- Google Analytics,
- SEMrush.
- Plateformes de médias sociaux : Instagram, Facebook et Pinterest.

Les outils SEO :

- Moz, Ahrefs pour la recherche de mots-clés et l'analyse de backlinks.
- Email marketing : MailChimp ou Sendinblue pour les newsletters.

Objectif :

Améliorer le classement dans les résultats de recherche pour attirer plus de trafic ciblé vers le site.

Mise en place :

Recherche de mots-clés pertinents, optimisation des balises meta et des descriptions, création de contenu de qualité pour les blogs, acquisition de backlinks de qualité.

Utilisation de Google Search Console pour surveiller les performances et identifier les domaines à améliorer.

Plus-value des réseaux sociaux :

Augmentation de l'engagement avec la marque, meilleure reconnaissance de la marque, trafic direct vers le site, et possibilité de campagnes publicitaires ciblées.

Réseaux sociaux choisis sont :

- Instagram pour son focus sur les images, important pour une marque de mode et de maroquinerie.
- Facebook pour sa large base d'utilisateurs et ses options de ciblage publicitaire avancées.