



Des séances qui rassemblent



Laetitia Digard
Expert en Stratégie Digitale

Sommaire

04-13

Le projet

15-27

Cahier des
charges fonctionnel

29-43

Cahier des
charges créatif

45-49

Cahier des
charges technique

51-55

Annexes

Le projet

Résumé du projet

Fitmeet a pour ambition de démocratiser la pratique de remise en forme en collectif. Permettre aux sportifs de se retrouver pour une séance de sport, un événement sportif ou simplement pour se détendre après une séance de sport, autour d'un verre par exemple.

Un problème inconscient

Nombreuses sont les personnes qui démarrent une activité physique pour se remettre en forme mais qui ne continuent pas sur la durée. Les utilisateurs ont besoin d'un accompagnement mental en plus de physique pour continuer à s'entrainer sur la durée. L'effet de groupe aide à se motiver à plusieurs et à se soutenir mentalement les uns et les autres.

38,1MD€

Marché du sport (1,8% PIB)

68%

Personnes s'entraînent seules à la salle de sport.

207€/an

Dépenses moyennes en France dans le sport

66%

Des français souscrivent à un service par abonnement

Comment ?



Un site internet de mise en relation entre sportifs de fitness & de remise en forme

Des événements sportifs officiels by Fitmeet avec des coachs ou entre sportifs

Quoi



Un site internet Freemium

Pour qui ?



Sportifs de fitness et de remise en forme

Pourquoi



Aujourd'hui de plus en plus de français souhaite se (re)mettre au sport mais ne savent pas comment s'y prendre ou n'ont pas la motivation suffisante.

Combien ?



Abonnement Fit à 4,99€/mois
Abonnement Musclé à 14,99€/mois

Nos perspectives de CA



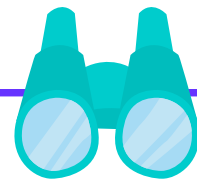
ANNÉE N	ANNÉE N+1	ANNÉE N+2
48 821,86	40 016,70	112 270,36

La solution au problème

Le réseau social du sportif de fitness & de remise en forme

Trouver des sportifs près de chez vous qui pratique la même activité que vous et avec un niveau similaire ou supérieur au votre pour vous accompagner durant les séances de sport !

Dépassez-vous et profitez d'un moment unique et convivial avec d'autres sportifs.



Découverte

Gratuit

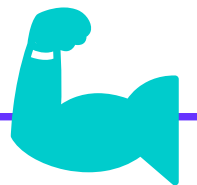
- 2 messages reçus visibles
- 2 messages envoyés par jour
- Participation à un événement



Abonnement Fit

4,99€/mois soit 59,88/an (-15%) = 50,90€/an

- 4 messages reçus visibles
- 4 messages envoyés par jour
- Participation à 3 événements maximum
- Possibilité de créer des groupes privés



Abonnement Musclé

14,99€/mois soit 179,88/an (-15%) = 152,90€/an

- Visibilité des messages illimité
- Messages envoyés illimités
- Événements illimités
- Possibilité de créer des groupes privés
- Icône de distinction sur la photo de profil
- Profil apparaissant en premier
- Calendrier du sportif
- Réduction sur séance de diététicienne

Acteurs du projet

Année 1 : Laetitia Digard

Fondatrice de Fitmeet

Année 1 : Déborah Digard

Co-fondatrice de Fitmeet

Année 1 : Coach sportif

Freelance

Année 1 : Développeur Full Stack

Freelance

Année 2 et 3 : Community Manager

Salarié Junior

Année 2 et 3 : Modérateur

Salarié Junior

Année 2 et 3 : Coach Sportif

Salarié

Année 3 : Développeur web

Salarié

Community Manager

Animation de la communauté et création de contenu sur les réseaux sociaux, gestion de l'e-réputation et du SAV.

Modérateur

Gestion des inscriptions (Vérification des faux-profils, gestion des commentaires et du contenu créé par les sportifs

Développeurs

Développement du site + Web application en année 3

Coach Sportif

Animation des séances de sport officielles

Concurrents Benchmark : Voir Annexe I

sportpartner

- Site de rencontres amicales pour sportif
- Fondé en 2007 aux Pays-Bas
- 5.000 membres actifs par jour
- Freemium : 5,95€ par mois
- <https://sportpartner.com>

PRACTICE

- Application d'événements sportifs
- Fondé en 2018 à Rennes
- Plus de 150 sports référencés
- Gratuit
- <https://practiceteam.fr>

1Day1Sport

- Application d'événements sportifs
- Fondé en 2018 à Capbreton
- 75 000 inscrits
- Gratuit / Payant pour devenir partenaire
- <https://www.1day1sport.com>



- Application de rencontres sportives dédiée à la course
- Fondé en 2016 à Paris
- 15 000 utilisateurs
- Gratuit
- <https://ouirun.com>

rencontre sportive®

- Site de rencontres amicales pour sportif
- Fondé en 2002 au Canada
- 75 000 inscrits
- Freemium : 19,99 par mois
- 6 mois à 0,52€ / jour soit 94,99 €
- <https://www.rencontresportive.com>

Concurrents indirectes



- Site de rencontres amicales
- Fondé en 2018
- Modèle Try & Buy : Un mois d'essai puis payant : Aucune information sur cet abonnement
- <https://tribili.us/fr>



- Site internet de rencontres amicales
- Fondé en 2015
- 190 000 inscrits
- Freemium : 9,99€/mois
- <https://www.faire-des-amis.com>



- Site N°1 de rencontres amicales
- Fondé en 2007 à Paris
- 1,3 membres actifs
- Payant : 1 mois = 39€, 2 mois = 49€
3 mois = 79€, 4 mois = 95€
- <https://www.onvasortir.com>

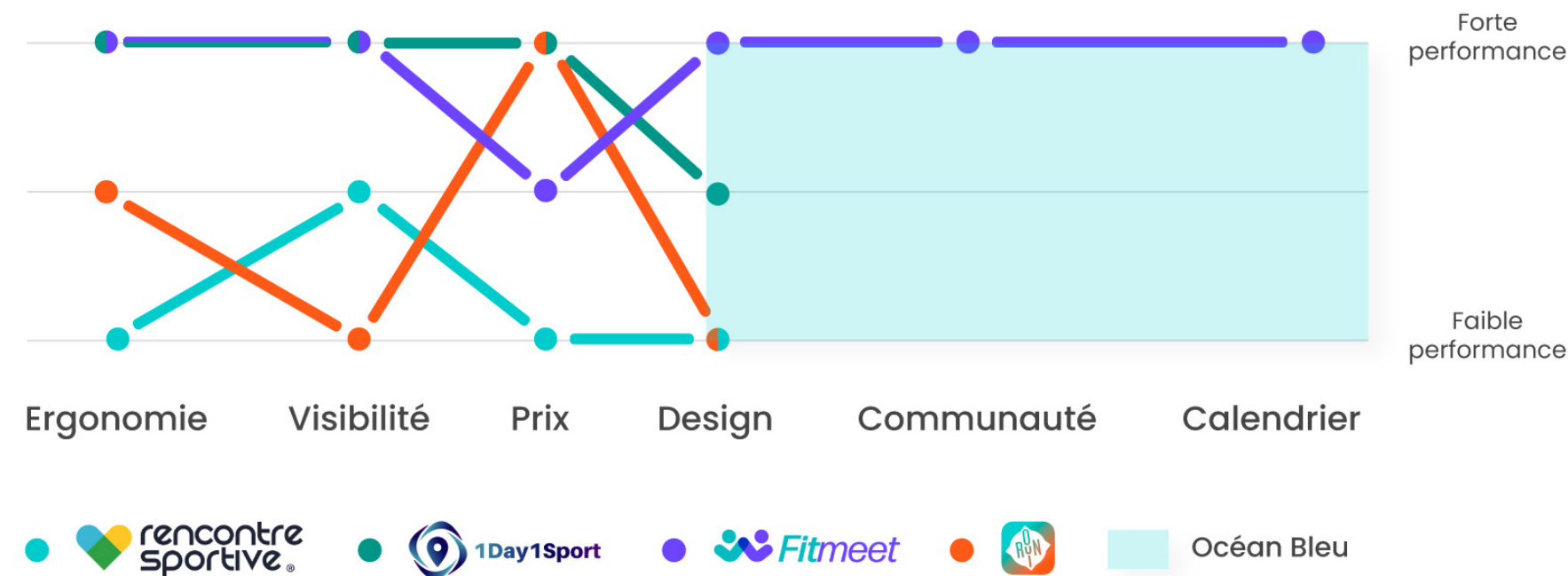


- Application de rencontres amicales
- Fondé en 2018
- 30 000 inscrits
- Gratuit
- <https://www.yepngo.com>



- Site de rencontres amicales pour filles
- Fondé en 2011 à Nice
- 150 000 femmes inscrites
- Gratuit
- <https://www.zanmie.com>

Positionnement



Stratégie de différenciation :

Pas d'offres encore qui se spécialise uniquement sur les sports de fitness et remise en forme (musculature, marche, course et cours collectifs).

Site internet responsive moderne et intuitif. Options basiques sur l'échange, la rencontre et l'organisation d'événements entre particuliers que l'on retrouve chez les concurrents.

Options supplémentaires ciblée sur l'ergonomie et l'expérience utilisateur avec des options qui facilite l'organisation d'événements et les échanges.

Abonnement peu cher et mensuel sans engagement avec les services indispensables gratuits et les services améliorant l'expérience utilisateur, payants.

Pour les sportifs de 18 à 35 ans, Fitmeet est une plateforme de rencontre sportive moderne et intuitive qui apporte une expérience et des rencontres uniques avec une réconciliation avec le sport.

Cible



Coeur de cible

Jeunes adultes sportifs, 18 à 35 ans, CSP+, employés et cadres supérieurs, Occitanie



Cible secondaire

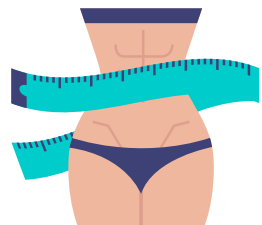
Clubs de sports, Associations, personnes en situation de handicap et retraités



Cible prescriptrice

Mairies, Journaliste et Influenceurs

Typologie de profils de pratiquants **Portraits : Voir Annexe II A,B, C et D.**



Les utilitaristes

Jeunes femmes principalement, préférant les cours collectifs pour retrouver leurs amis, complété par du travail sur machines. Course à pied individuelle ou à plusieurs. S'entraînent pour les bénéfices et non par plaisir



Les utilitaristes-hédonistes

Plus masculine, issus des compétiteurs, trouvent un plus grand plaisir immédiat dans la pratique sportive. Ils pratiquent diverses activités (musculature, cours collectifs, etc...)



Les décrocheurs potentiels

Jeunes en phases de transition dans leur vie, niveau d'activité physique faible à cause du manque de temps lié à l'instabilité de leur situation (études supérieures, recherche d'emploi) : difficulté à mettre en place une routine de pratique à court terme.

Livrables attendus



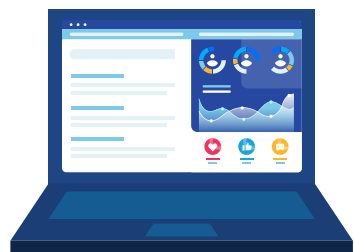
Livrable

Un webdesign interactif présentant le site web pour faciliter l'intégration sur les différents supports.



Livrable

Une landing page permettant à l'utilisateur de découvrir le concept de Fitmeet et l'incitant à rejoindre la communauté



Livrable

Un site web e-commerce sur-mesure performant et ergonomique avec un espace membre pour les échanges publics ou privés et la création de groupes ou d'événements

Contraintes

- Respect du cahier des charges et de la charte graphique de la marque : Qualité/Coûts/Délais
- Prise en compte des règles et et tendances graphiques et web

Contraintes

- Respect du cahier des charges et de la charte graphique de la marque : Qualité/Coûts/Délais
- Fidèle au prototype fourni

Contraintes

- Respect du cahier des charges et de la charte graphique de la marque : Qualité/Coûts/Délais
- Fidèle au prototype fourni

Objectifs SMART

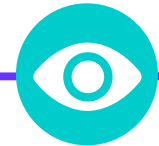


Faire connaître la marque

Développer la marque et construire une communauté Fitmeet pour pouvoir atteindre les objectifs opérationnels.

Dépasser les 300 Bêta-testeurs lors du pré-lancement du site

Obtenir 2 000 abonnés sur Instagram, 1 000 abonnés sur LinkedIn et 2 000 abonnés sur Facebook



Générer du trafic

Générer du trafic sur le site internet.

Le site étant la seule plateforme au départ, il devra être performant, ergonomique et bien référencé.

Atteindre 20 000 Visiteurs sur le site internet la première année



Fidéliser les utilisateurs

Le site internet devra offrir la meilleure expérience utilisateur. Il sera alors plus ouvert à parler de son expérience autour de lui et restera abonné au site.

Obtenir 300 partages sur les réseaux sociaux des ambassadeurs et 500 parrainages la première année



Générer des abonnements

Le site internet devra offrir la meilleure expérience possible à l'utilisateur. Il sera alors plus enclin à parler de la marque autour de lui

Atteindre 6 240 abonnements la première année (480 Abonnements Fit et 40 Abonnement Musclé par mois)

Planning prévisionnel



Cahier des charges fonctionnel

Détails des livrables – Site e-commerce

Le site internet de Fitmeet sera un site e-commerce réalisé sur-mesure afin qu'il soit adapté à nos objectifs et nos attentes.

De nombreux call-to-action ainsi qu'un formulaire d'inscription seront mis en place dès la page d'accueil afin d'inciter à l'inscription.

L'expérience utilisateur devra être la plus agréable possible afin d'inciter au bouche à oreille et à la souscription d'un abonnement :

- Les internautes devront pouvoir facilement utiliser les fonctionnalités du site (s'inscrire et échanger facilement avec les autres membres de Fitmeet, créer du contenu photo ou vidéo depuis le fil d'actualité, créer ou rejoindre un groupe ou événement, etc...)
- La souscription à l'abonnement devra également être intuitive, rapide et facilement réalisable afin d'éviter l'abandon de panier.
- La navigation sur le site devra être logique et épurée afin que les futurs clients puissent trouver directement les informations dont ils ont besoin. Pour faciliter la navigation, le menu sera "sticky", c'est à dire qu'il restera fixé en haut de l'écran de l'utilisateur lors du scroll afin de suivre le défilement de l'écran et éviter de devoir remonter les pages à chaque changement de section.
- La création d'un groupe ou d'un événement ainsi que l'inscription à ces derniers devra être rapide à réaliser :
 - Peu d'éléments pour la création. Ex : Photo de couverture, thème, nom et description, confidentialité, règles et invitation des membres.
 - 3 clics maximum pour rejoindre. Ex : Rejoindre groupe / rejoindre événement.
- Le design du site devra être cohérent avec la charte graphique de la marque et agréable à l'oeil.
- Le blog devra permettre à l'utilisateur de partager le contenu sur des plateformes externes afin de favoriser le référencement naturel avec les liens externes

Afin de récolter des données utilisateurs et créer des listes de diffusion pour trouver de nouveaux prospects et fidéliser les clients, une newsletter sera mise en place avec un appel à l'action fixe sur tous les bas de pages pour inciter à l'inscription.

Dans le Footer, nous pourrons retrouver les liens principaux tels que les réseaux sociaux pour rester informé de l'actualité, les liens légaux et un menu rapide vers les sections importantes du site telles que les abonnements ou la page de contact, par exemple

À noter : L'abonnement Fit et l'abonnement Musclé permettent d'accéder à des fonctionnalités plus avancées que la version gratuite.

Détails des livrables – Site e-commerce

Besoins utilisateurs



Accueil

Trouver les informations rapidement
Comprendre rapidement le concept de la marque
Inscription et connexion rapide
Navigation claire et agréable
Contacter facilement la marque



Géolocalisation

Pouvoir trouver des événements, partenaires ou membres facilement près de chez soi
Désactiver simplement la géolocalisation lorsque celle-ci n'est plus nécessaire

Besoins fonctionnels



Accueil

Page d'accueil avec une présentation claire de l'entreprise et du concept avec un lien direct pour s'inscrire
Menu simple et fixe sur toutes les pages pour un accès rapide à toutes les sections
Connexion et inscription rapide, possible également par Facebook ou Google
Accès direct aux paramètres de compte présent dans le menu
Avis affichés en bas de la page pour rassurer l'utilisateur
Inscription à la newsletter rapide et facile présent en bas de chaque page
Lien légaux, réseaux sociaux et menu rapide vers les sections importantes telles que la page de contact ou les abonnements présent en bas de chaque page
Éléments de réassurance en bas de chaque page



Géolocalisation

Géolocalisation en temps réel afin de personnaliser le contenu proposé à l'utilisateur
Fenêtre pop-up affichée pour demander à l'utilisateur s'il souhaite activer la géolocalisation.
La géolocalisation peut être désactivée depuis les paramètres du compte

Détails des livrables – Site e-commerce

Besoins utilisateurs



Communauté

Partager facilement du contenu photo ou vidéo sur son fil d'actualité

Pouvoir réagir facilement aux publications des autres membres

Retrouver directement les groupes ou événements près de chez soi



Messagerie

Pouvoir envoyer rapidement et facilement des messages

Lire facilement les messages reçus

Pouvoir échanger par message en toute sécurité

Pouvoir envoyer des messages privés à un groupe de personne

Besoins fonctionnels



Communauté

Fil d'actualité disponible pour partager du contenu photo ou vidéo

Confidentialité du contenu modifiable lors de la création ou du partage d'une publication

Raccourcis disponibles pour les éléments importants (Événements, Photo/Vidéo ou photo avant/après pour voir l'évolution du membre)

Réactions aux publications possibles avec des émojis (Féliciter, j'adore, encourager, motivant)

Groupes et événements mis en avant personnalisés en fonction du profil du membre (Sport pratiqué, géolocalisation, etc...)



Messagerie

Confidentialité des messages disponible dans les paramètres de la messagerie (Choisir de recevoir des messages de tout le monde ou seulement de ses amis)

Signalement et blocage des messages ou des membres disponibles dans les paramètres de la discussion

Accès à la messagerie et aux trois premiers messages depuis le menu de navigation

Possibilité d'envoyer des pièces jointes, émojis, GIF ou messages vocaux

Détails des livrables – Site e-commerce

Besoins utilisateurs



Membres

Accéder facilement aux informations d'un membre

Interagir facilement avec les membres

Pouvoir filtrer en fonction de plusieurs critères

Trouver que des profils vérifiés et vrais sur le site



Événements/Groupes

Créer ou s'inscrire facilement et rapidement

Pouvoir filtrer en fonction de plusieurs critères

Trouver les informations rapidement et simplement sur l'événement ou le groupe

Besoins fonctionnels



Membres

Extrait du profil des membres visible depuis la page des membres

Demande d'ami ou envoi de message possible directement depuis la page des membres ou sur le profil du sportif

Les membres peuvent être filtrés en fonction de divers critères

Profils vérifiés marqués d'un badge "Vérifié" sur leur profil

Les autres profils qui sont en attente de validation seront vérifiés par le modérateur de Fitmeet

Les membres n'ayant pas vérifié leur profil se verront supprimé du site au bout de 15 jours

Signalement et blocage d'un membre possible depuis le profil du membre



Événements/Groupes

Boutons présents sur la pages pour rejoindre, créer ou voir facilement les événements/groupes.

Filtres disponibles en fonction de divers critères

Informations directement visible depuis la page événement et sur la page de l'événement en plus des informations détaillées de l'événement

Détails des livrables – Site e-commerce

Besoins utilisateurs



Amis

- Retrouver et gérer facilement sa liste d'amis
- Pouvoir gérer facilement les demandes d'amis
- Inviter facilement son entourage à rejoindre Fitmeet



Abonnements

- Comprendre facilement les abonnements et la procédure
- Voir les différents abonnements directement de manière claire : Prix, type d'abonnement, fonctionnalités
- Paiement facile et sécurisé
- Souscription rapide et simple
- Annulation possible et rapide
- Divers moyens de paiement possibles

Besoins fonctionnels



Amis

- Accès à la liste d'amis et aux demandes d'amis depuis le menu de navigation
- Invitation des amis possible par mail, Facebook ou Google
- Bouton supprimer ami et case à cocher pour supprimer en masse



Abonnements

- Tableau des trois offres disponibles avec les informations importantes
- Gestion des abonnements en back-office
- Éléments de réassurance visibles en bas de page
- Appel à l'action d'achat : Nom des abonnements originaux pour inciter à l'achat et créer une ambiance joyeuse et "friendly"
- FAQ disponible sur la page des abonnements et de paiement
- Tunnel d'achat simple et sécurisé : Étapes de paiement affichées et procédure de paiement ergonomique
- 4 moyens de paiements disponibles : Paypal, Stripe, Virement bancaire et Carte bleue

Détails des livrables – Site e-commerce

Besoins utilisateurs



Blog

Lire des articles pertinents

Découvrir de nouveaux articles

Partager facilement les articles à son entourage



Contact

Accéder facilement à la page contact

Pouvoir poser facilement des questions ou exprimer une demande

Obtenir une réponse claire et rapide à une demande

Besoins fonctionnels



Blog

Filtres disponible pour retrouver plus facilement les articles (Catégorie et date)

Bouton de partage pour les réseaux sociaux avec un texte prédéfini suivi des hashtags Teamfitmeet et fitmeet

Appel à l'action : Newsletter disponible en bas de page pour recevoir des informations exclusives et les articles en avant première par mail



Contact

Page contact disponible dans le menu de navigation et dans le Footer en bas de la page

Formulaire et informations de contact disponibles sur la page (email et numéro de téléphone)

Obtenir une réponse claire et rapide à une demande

FAQ disponible sur la page de contact

Détails des livrables – Site e-commerce

Besoins utilisateurs



Inscription

S'inscrire rapidement et facilement

Être accompagné tout au long de l'inscription

Être rassuré sur l'utilisation de ses données

Retrouver ses informations rapidement



Profil

Retrouver et modifier facilement ses informations personnelles

Pouvoir modifier la confidentialité de son profil

Retrouver directement l'abonnement et la date de souscription et pouvoir résilier facilement

Se déconnecter ou se désinscrire simplement et rapidement

Besoins fonctionnels



Inscription

Inscription en quatre étapes seulement

Inscription possible par Facebook ou Google

Accès rapide à son compte personnel depuis le menu de navigation

Possibilité de retourner en arrière à chaque étape pour modifier ses informations

Envoi d'un e-mail de confirmation de création du compte et de bienvenue à la fin de la souscription

Possibilité d'enregistrer ses informations de connexion pour une connexion rapide : bouton "Se souvenir de moi"

Exemples de photos interdites lors de l'étape de renseignement du profil



Profil

Rappel de l'abonnement souscrit et de la date de souscription

Les informations personnelles présente sur le profil peuvent être modifiées ainsi que la confidentialité du profil (Choix des informations visibles par tout le monde)

Boutons de déconnexion et se désinscription présents en bas de la page

Détails des livrables – Landing page

La landing page permettra d'expliquer rapidement le concept de Fitmeet et d'attirer les visiteurs sur le site en les incitant à rejoindre la communauté. Elle devra être attrayante et ergonomique :

- De nombreux call-to-action seront présents sur la page afin de convertir un maximum de visiteur.
- Une newsletter sera placée en bas de la page pour inciter les visiteurs à s'inscrire à celle-ci et récupérer des leads qualifiés.
- Les réseaux sociaux et les informations de contact de la marque seront placés dans le footer afin d'attirer les visiteurs sur les réseaux sociaux de la marque et pouvoir gagner en visibilité.
- Des éléments de réassurance seront également placés en bas de la page pour rassurer les visiteurs

Besoins utilisateurs

Trouver les informations rapidement

Comprendre rapidement le concept de la marque

Contacteur facilement la marque

Accès au site internet facile et rapide

Besoins fonctionnels

Landing page avec une présentation claire de l'entreprise et du concept

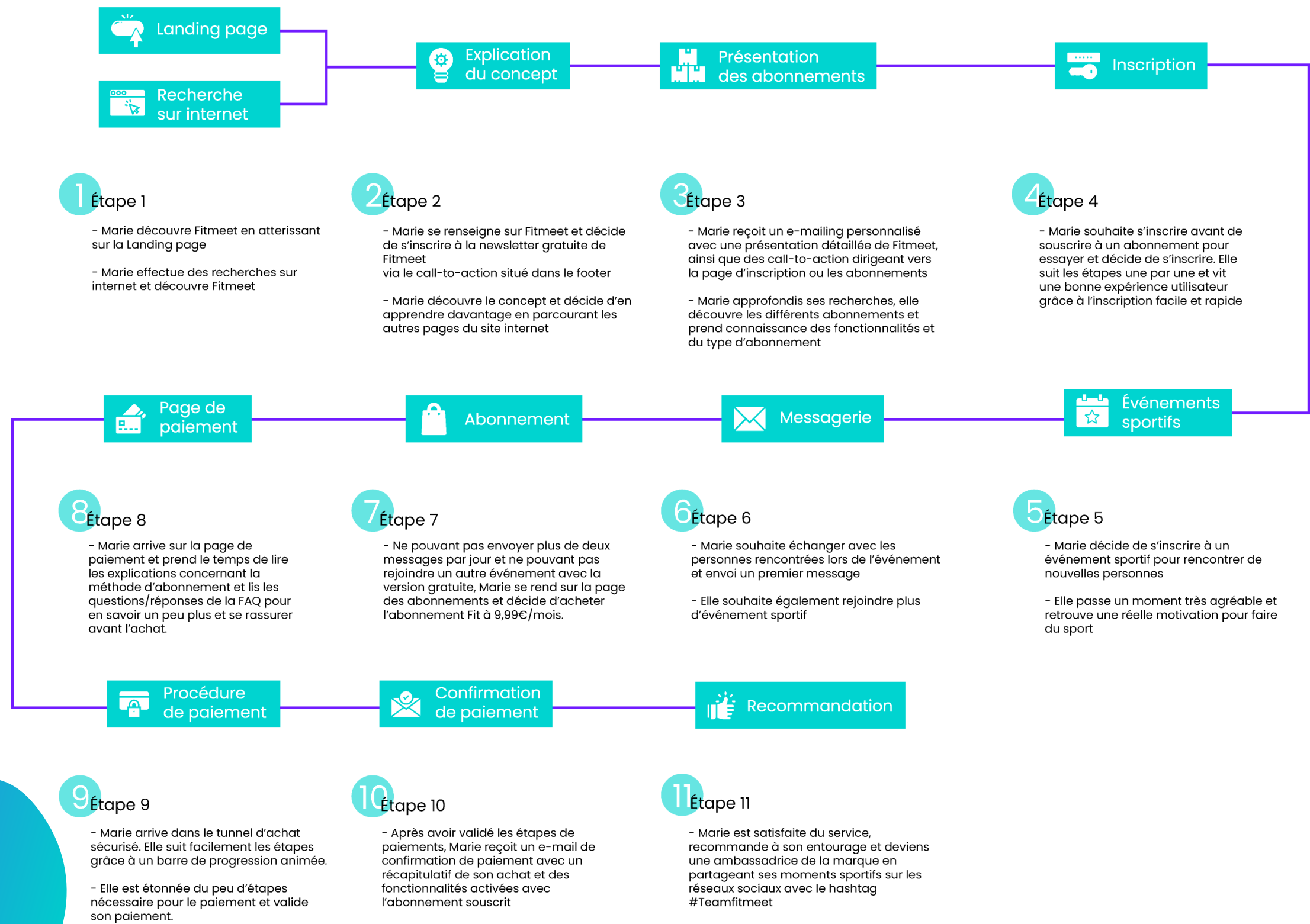
Présence de multiples call-to-action pour inciter l'utilisateur à rejoindre la communauté en s'inscrivant sur le site internet

Inscription à la newsletter rapide et facile présent en bas de chaque page : Donne accès aux articles en avant première et à des informations exclusives sur la nutrition et le sport. Elle permettra de récolter des leads qualifiés et convertir les prospects en futurs clients

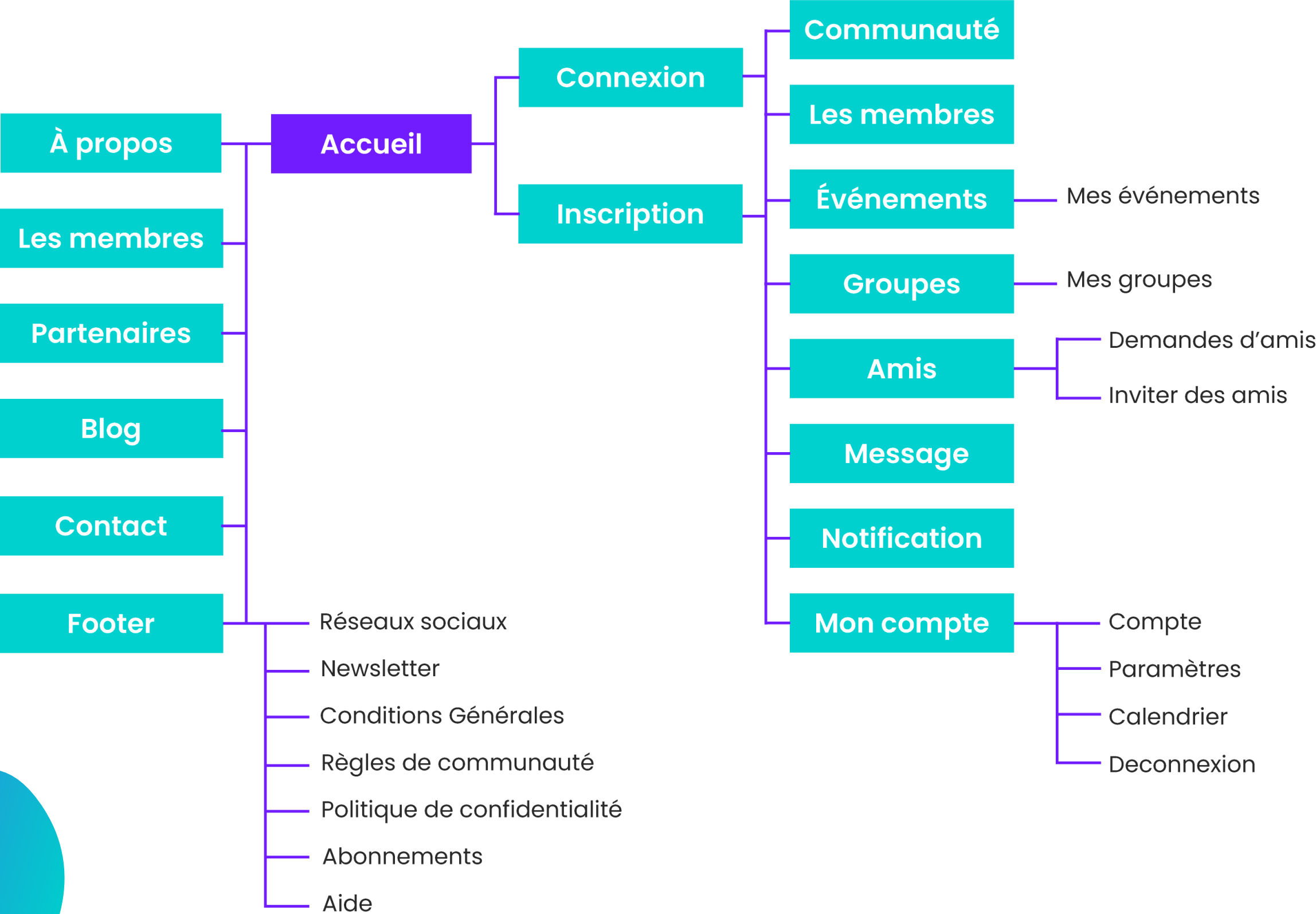
Lien légaux, réseaux sociaux et menu rapide vers les sections importantes telles que la page de contact ou les abonnements présent en bas de chaque page

Éléments de réassurance en bas de chaque page : Paiements sécurisés, abonnements flexibles, membres vérifiés.

Parcours client



Arborescence



Fonctionnalités

- Certificat SSL pour la sécurité du site internet
 - Header comprenant le logo, le menu de navigation, la messagerie, les notifications et le compte
 - Module de paiement en ligne Stripe : Il possède une API à insérer directement sur le site internet ainsi qu'un système anti-fraude. Il permet également la gestion des paiements récurrents, des non-paiements et de la fin de validité des abonnements. Il est possible de payer en plusieurs fois et de choisir son moyen de paiement.
 - Outils de mesure pour le trafic et le taux de conversion (Google Analytics)
 - Site entièrement responsive : Adaptation du site à toutes les résolutions d'écran
 - Back-office pour la gestion du site internet, des abonnements, des événements et groupes, des profils utilisateurs, etc...
 - Intégration des avis Google sur le site internet
 - Météo intégrée au site disponible dans l'espace communauté pour que les utilisateurs puissent vérifier le temps avant de faire leur sport
 - Espace membre dédié pour les utilisateurs
 - Système de messagerie privé et liste d'amis sportifs connectés
 - Possibilité de rejoindre ou créer un événement ou un groupe afin de rassembler les membres entre eux
 - Fil d'actualité pour que les utilisateurs puissent produire du contenu sur le site eux même (User Generated Content) et le partager aux autres membres
 - Espace pour les partenaires professionnels afin que les membres puissent bénéficier d'avantages
 - Calendrier du sportif permettant de planifier des séances de sport avec d'autres membres et de voir les événements auxquels le membre participe. Les rendez-vous du calendrier peuvent être synchronisés au calendrier Google ou au calendrier local du membre. La visibilité du calendrier pourra être modifiée dans les paramètres de confidentialité permettant alors d'afficher le calendrier du membre qu'aux amis
 - Newsletter : Formulaire de contact pour s'inscrire à la newsletter avec un champ pour y insérer son adresse mail. Possibilité également de retrouver les différents réseaux sociaux pour rester informé de l'actualité et les informations de contact de la marque pour poser des questions
- Cette liste de fonctionnalités est amenée à évoluer en fonction des besoins de l'entreprise, des retours clients ou professionnels. Des fonctionnalités avancées améliorant l'expérience utilisateur sont prévues une fois que l'entreprise sera suffisamment rentable pour permettre le développement de celles-ci

Accessibilité numérique

Pourquoi l'accessibilité est importante ?

Selon une enquête de l'INSEE publiée en 2007, pas moins de 9,6 millions de Français entre 15 et 64 ans sont concernées par le handicap :

- 2,3 millions présentent une déficience motrice
- 5,2 millions présentent une déficience auditive
- 1,7 million présentent une déficience visuelle
- 0,7 million présentent une déficience intellectuelle
- Le site devra donc être entièrement accessible pour les personnes en situation de handicap afin d'éviter toute discrimination et permettre au plus grand nombre de bénéficier de Fitmeet.
- Nous suivrons les recommandations WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines) pour rendre le site entièrement accessible

Accessibilité universelle

- Des événements Handisport seront organisés pour permettre aussi aux personnes en situation de handicap de rencontrer des nouvelles personnes et créer ainsi une diversité dans les rencontres.

RGPD Conditions requises pour que l'AIPD soit conforme : Voir Annexe II

- Le Règlement Général à la Protection des Données (RGPD) :
 - Notre structure sera amenée à collecter un certain nombre de données personnelles. Toutes les données collectées feront l'objet d'un traitement strictement nécessaire à l'utilisation de la plateforme.
 - Les utilisateurs seront informés de ce traitement et de la durée de conservation de leurs données lors de leur arrivée sur le site internet ainsi que lors de leur inscription.
 - En cas d'activation d'un service supplémentaire (agenda, géolocalisation etc.), l'accord de l'abonné devra être obtenu.
 - Enfin les notifications par voie d'email pourront être activées ou désactivées directement via l'onglet « espace personnel ».
 - Une étude d'impact relative à la protection des données (Cf. Annexe 2) devra être menée dès les premiers mois de lancement de la plateforme
- Création d'un compte bancaire professionnel dédié pour les paiements en ligne
- Dans une optique de transparence totale avec nos clients, toutes les informations sur l'utilisation des données utilisateurs fournies à Fitmeet seront exprimées clairement dans nos politiques de confidentialités, rédigées en bonne et due forme selon les normes actuelles répondant aux nouvelles lois sur le RGPD en France, et la protection des données.



Nous utilisons des cookies pour être sûr que nous vous offrons la meilleure expérience sur le site.
En continuant à naviguer sur ce site, tu acceptes cette politique.

Pour en savoir plus et paramétrer les cookies, [clique-ici](#).

(On te rassure, les cookies sont Healthy !)

Cahier des charges créatif

Identité de marque

Logotype



Le logo choisi représente le concept et les valeurs de l'entreprise. Le pictogramme représente deux personnes se tapant dans la main pour mettre en avant la solidarité, la bienveillance et l'amitié.

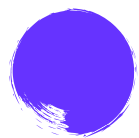
Les personnages sont de couleur différente pour montrer que, même si les deux personnes sont différentes, que ce soit par leur niveau ou leur objectif en sport, ils peuvent se lier d'une forte amitié en partageant la même passion, le sport.

Le nom doit quant à lui être explicite et le concept de l'entreprise doit être compréhensible grâce au nom et au pictogramme.

La typographie a été volontairement mise en italique pour mettre en avant le mouvement et le dynamisme lié à la pratique du sport.

Fit est la racine du mot **Fitness** pour indiquer à qui s'adresse l'entreprise et **meet** signifie **rencontre** en anglais. Les deux rassemblés permettent de comprendre le concept de l'entreprise : Les rencontres amicales pour le fitness.

Cette version du logo est privilégiée sur tous supports print et web. Il pourra aussi se décliner en logo en version carré, en gardant uniquement les personnages.



Le violet est associé à la féminité, la créativité, le luxe et la spiritualité. Les personnes qui pratiquent le plus la course ou le fitness sont les femmes. C'est pourquoi nous avons fait le choix de cette couleur mais le bleu lui permet aussi de cibler les hommes.



Le bleu est synonyme de fiabilité et de loyauté. C'est la couleur favorite des occidentaux et elle est majoritairement appréciée des hommes. Cette couleur est également considérée comme bénéfique pour l'esprit et le corps. Elle ralentit le métabolisme humain et produit un effet calmant.



Identité de marque

Typographie utilisée

Aa Semibold A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Aa Regular a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Aa Light 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Déclinaisons & couleurs utilisées



#6633FF

R : 102 C : 82
V : 51 M : 76
B : 255 J : 0
N : 0

Pantone 266 C



#00CCCC

R : 0 C : 67
V : 204 M : 0
B : 204 J : 28
N : 0

Pantone 3115 C



#292929

R : 41 C : 72
V : 41 M : 62
B : 41 J : 58
N : 73

Pantone 426 C

Charte graphique

Règles d'utilisation

	15px	
15px		15px
	15px	

Le logo doit respecter la zone de protection représenté par la largeur indiquée sur le schéma représenté à gauche.

Les espaces doivent également être respectés sur les différentes déclinaisons du logo.

L'interlettrage ainsi que l'espacement entre les éléments sont très importants à respecter pour pouvoir utiliser correctement le logo et qu'il soit facilement lisible.



Le pictogramme peut être utilisé seul sur les supports print, goodies et web lorsque le nom de l'entreprise est déjà présent sur le support et que le logo n'est pas adapté à l'emplacement.

Les interdits



Charte éditoriale

Cette charte éditoriale est le document de référence pour la production de contenu destinée à la communication de Fitmeet.

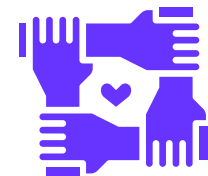
C'est un guide indispensable à conserver qui est utilisable aussi bien pour le print que le web.

Valeurs de Fitmeet



Bienveillance

Nous souhaitons que les personnes se sentent accompagnées avant pendant et après leurs pratiques sportives



Solidarité

Nous promouvons l'entraide et le partage entre les sportifs pour qu'ils évoluent ensemble



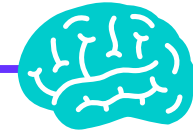
Solidarité

Nous nous engageons à être transparent et honnête avec nos clients sur toutes nos démarches

Charte éditoriale

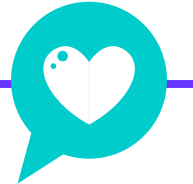
Objectifs de communication

Cognitifs



- Faire connaître Fitmeet auprès des sportifs et sédentaires voulant reprendre le sport
- Faire connaître Fitmeet auprès des professionnels du secteur pour de futurs partenariats et auprès de la cible prescriptrice.
- Mettre en confiance les membres (faux-profil, rencontres etc....)
- Motiver la cible à continuer ou se remettre au sport

Affectifs :



- Faire aimer la marque et la communauté Fitmeet
- Accompagner et fidéliser les abonnés en créant une relation de confiance et de proximité
- Attirer de nouveaux membres en les séduisant avec de la valeur ajoutée (Blog, Newsletter, Vidéos)
- Mettre en avant les valeurs de l'entreprise et intégrer la communauté aux valeurs de l'entreprise

Conatifs :



- Générer du bouche-à-oreille
- Augmenter le nombre d'inscrits sur le site
- Générer du contenu utilisateur (Mur d'actualité, retour d'expérience,...)
- Pousser à l'engagement sur les RS
- Vendre des abonnements

Charte éditoriale

Persona utilitariste



Marie Bellanger, 32
Assistante sociale

Situation En couple

Ville Toulouse



Le sport est présent dans mon quotidien avec des hauts des bas. J'ai des coups de mous et des pertes de motivation, j'essaie de rester motivée mais quand il pleut ou qu'il fait froid, l'activité est moins présente... Ça me fait du bien, clairement, de faire un peu de sport.

Biographie

Marie Bellanger est une assistante sociale qui manque de temps pour s'entraîner mais qui essaye de garder la motivation pour s'entraîner. Elle aime participer à des animations sportives avec ses amies comme les cours collectifs, les courses organisées. Elle souhaite s'amuser en faisant du sport

Objectifs

- Prendre soin de son corps
- Se détendre après sa journée de travail
- Rencontrer de nouvelles personnes et s'entraîner avec ses amis

Frustrations

- Manque de motivation en hiver
- Pas de réel plaisir lors de sa pratique physique
- Manque de temps

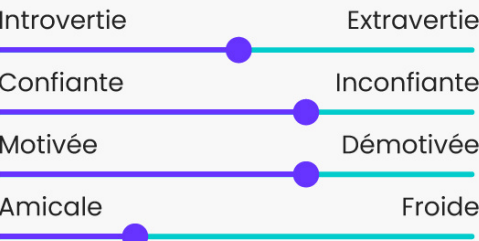
Technologie



Motivations



Personnalité



Marques



Pour sa pratique sportive, marie aime bien s'habiller chez Décathlon pour le rapport qualité/prix et utiliser sa montre fitbit pour suivre sa santé et ses efforts physiques.

Application & logiciels



Marie discute avec ses amis sur Facebook et reste en alerte sur l'actualité grâce à Twitter et LinkedIn pour le milieu professionnel.

Lorsqu'elle est fatiguée ou qu'il fait froid, Marie aime bien regarder des séries.

Charte éditoriale

Persona décrocheur potentiel



Julien Tissier, 23
Étudiant en droit

Situation En couple

Ville Bordeaux

“ Je vais reprendre le sport, je me le dis et il faut. Je suis quelqu'un d'assez procrastinateur mais c'est important, je me souviens de comment j'étais avant et on se sent bien mieux dans sa peau que quand on n'en fait pas. ”

Biographie

Julien Tissier est en dernière année de droit sur Bordeaux et habite au centre de la ville. A la fin de l'année, il espère être embauché dans l'entreprise où il a fait son alternance mais cela implique de déménager sur Toulouse. Il a totalement arrêté le sport récemment.

Objectifs

- Reprendre le sport
- Entretenir son physique
- Trouver du travail dans le droit

Frustrations

- Instabilité de la situation
- Manque de temps
- Manque de motivation actuellement

Technologie

Ordinateur

Téléphone

Réseaux sociaux

Motivations

Bien-être

Esthétique

Rencontres

Personnalité

Introverti Extraverti

Confiant Inconfiant

Motivée Démotivé

Amical Froid

Marques



Lorsqu'il est en pause, Julien aime bien regarder des vidéos YouTube. C'est un consommateur de la marque Apple, il possède un Iphone un Mac pour ses études. Il aime également s'habiller chez Nike

Application & logiciels



Julien aime bien se motiver avec du contenu de fitness sur instagram ou sur YouTube. Il discute également avec ses amis via Facebook et utilise Twitter pour se tenir au courant de l'actualité. Il utilise aussi Netflix pour ses séries.

Charte éditoriale

KPI à surveiller

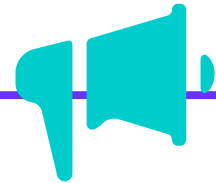
- Nombre d'abonnés et taux d'engagement sur les réseaux sociaux
- Taux de rebond, taux d'abandon de panier et taux de conversion sur le site
- Temps passé sur le site internet
- Nombre de clics sur les liens (lien vers le site, blog, ou externe)
- Nombre d'abonnement sur le site
- Nombre d'inscription sur le site
- Nombre d'avis sur Google
- Nombre d'ouverture de mail

Charte éditoriale

Ligne éditoriale

Ton :

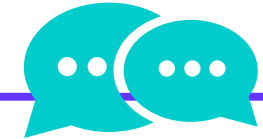
- Tutoiement lors des discussions à deux.
- Vouvoiement pour donner un effet de groupe lors des communications générales
- Ton authentique, optimiste, dynamique et bienveillant



Baseline et message :

Des séances qui rassemblent

Partagez votre passion avec d'autres sportifs qui pratiquent la même activité



Thèmes :

- Sport
- Nutrition
- Événements quotidiens (St Patrick Day, Journée de la femme, ...)



Vocabulaire :

- Toujours être positif et joyeux
- Nuancer ses propos
- Oser les jeux de mots sur le sport
- Jamais de "je"

Charte éditoriale

Canaux de communication



Facebook – 1 posts/jour

- Partager et publier des actualités sur l'entreprise, astuces, vidéo et photo en lien avec le sport et la rencontre.
- Création d'un groupe d'entraide Facebook pour les sportifs afin qu'ils échangent entre eux (Questions/réponses, partage de leurs exploits, ...)
- Une fois la communauté construite, faire connaître le site internet et créer un groupe de bêta testeurs



Instagram – 2 post/jour – 3 stories/jour

- Feed centré sur le sport et la rencontre. Publication de photos de rencontres tournées autour du sport, de citations motivantes, astuces de sport, etc... Partage également d'un teaser pour la sortie du site.
- Rendre l'utilisateur impatient d'utiliser le site et de s'abonner à la page.
- Mise en avant également des sportifs de la communauté, portraits de l'équipe Fitmeet et des coachs sportifs



LinkedIn – 1 publication par jour

- Construire un profil professionnel LinkedIn attractif et intéressant pour attirer les professionnels du secteur (Coach sportifs, diététiciens, enseignes sportives)
- Montrer le lancement du projet et son avancé du début à la fin pour créer un sentiment de proximité et investir les professionnels afin d'obtenir du soutien
- Favoriser le bouche à oreille et obtenir des dons lors des campagnes de crowd funding.

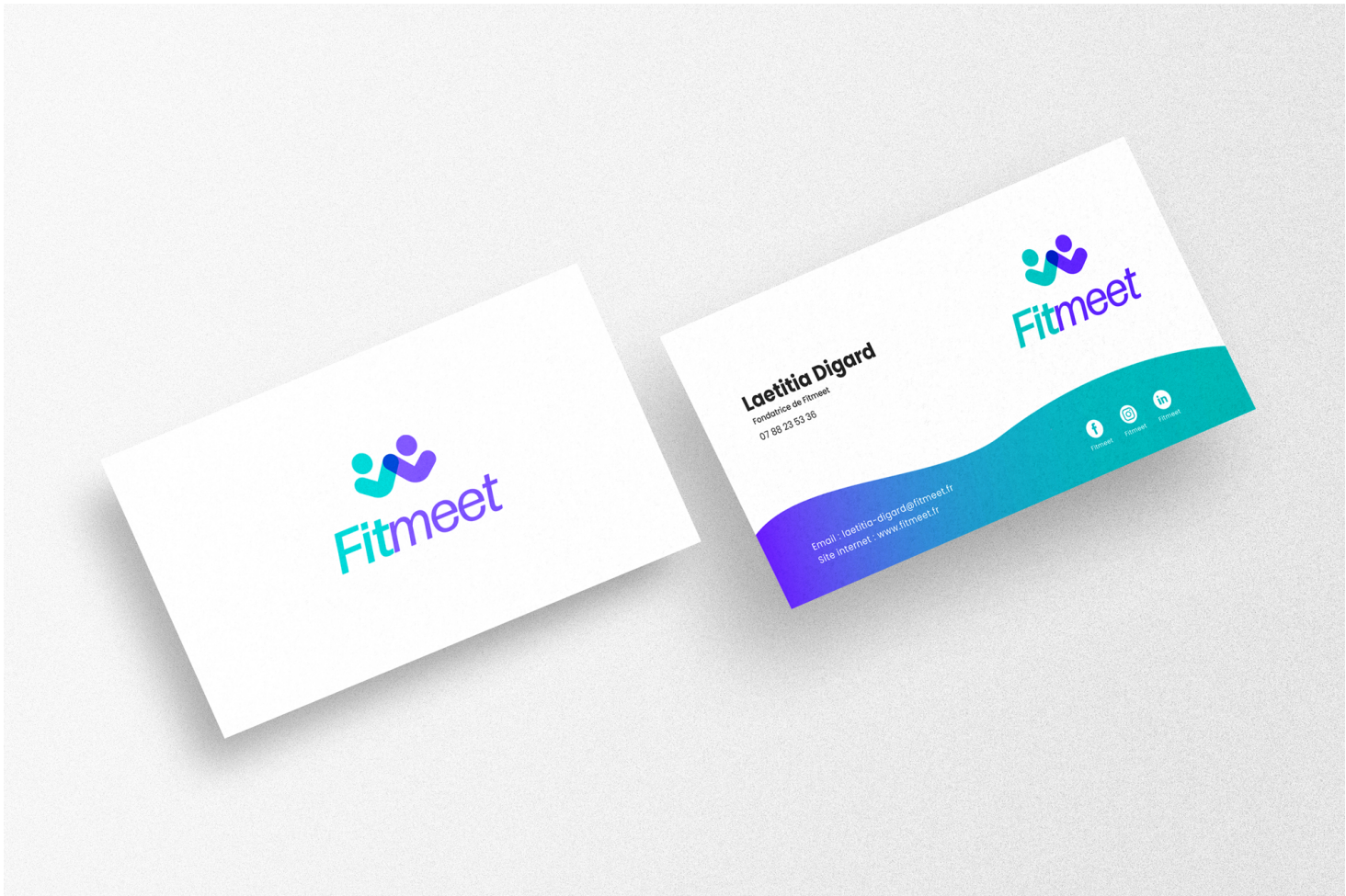


Blog – 10 articles par mois

- Construire un contenu de qualité pour attirer notre cible sur le site internet et ainsi augmenter le trafic sur le site internet.
- Donner envie à l'utilisateur de s'inscrire et s'abonner en apportant un contenu à valeur ajoutée lié au sport & à la nutrition
- Générer des leads grâce aux livres blancs & newsletters et renforcer la notion d'accompagnement et de partage
- Améliorer le référencement naturel grâce au netlinking interne & externe et aux mots clés utilisés dans les articles de blog

Support de communication

Cartes de visite



Signature mail & document officiel







Laetitia Digard
Fondatrice de Fitmeet



07 88 23 53 36
05 24 35 70 26



laetitia-digard@fitmeet.fr
www.fitmeet.fr



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt.

Support de communication

Goodies



Webdesign du prototype

Maquette XD du site internet

<https://xd.adobe.com/view/12ca50df-eded-4c5d-b5b2-8c175430e37a-4799/?fullscreen>

Mises en situation et contenu de marque

Instagram

Feed



Publication

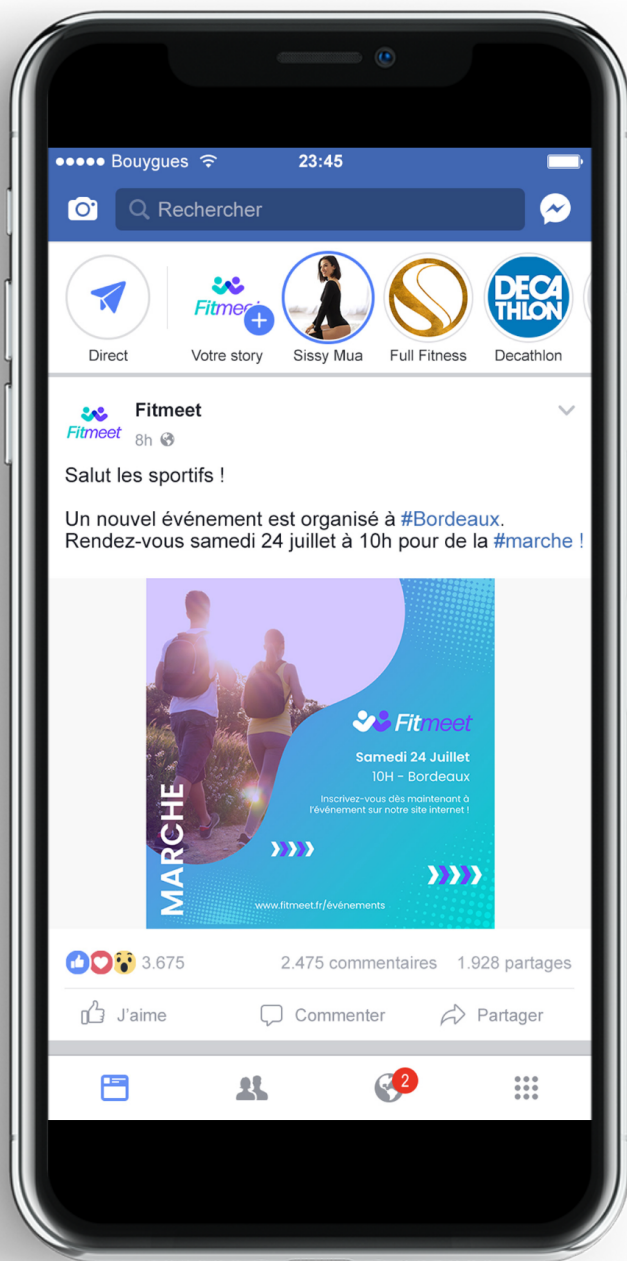


Facebook

Page

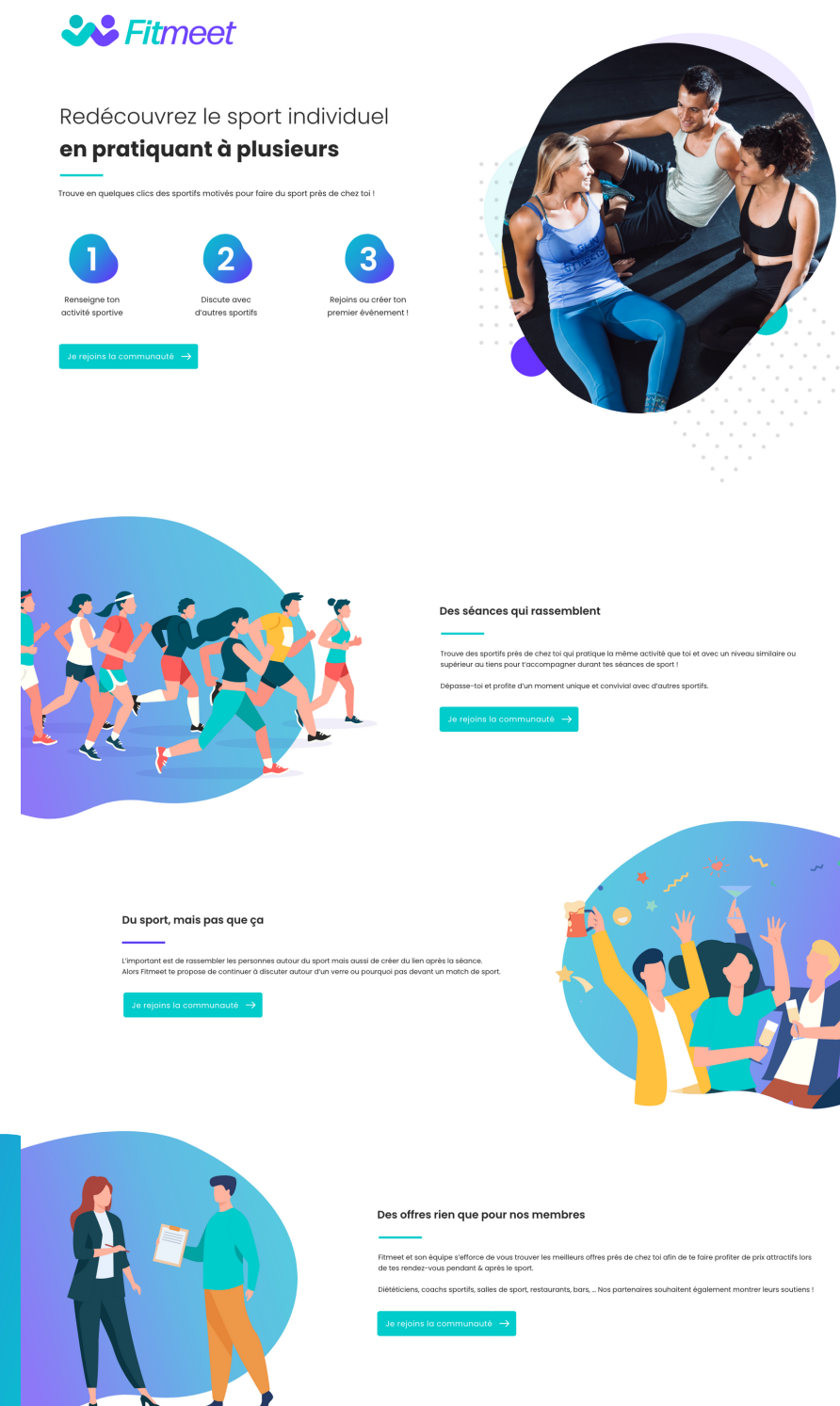


Publication

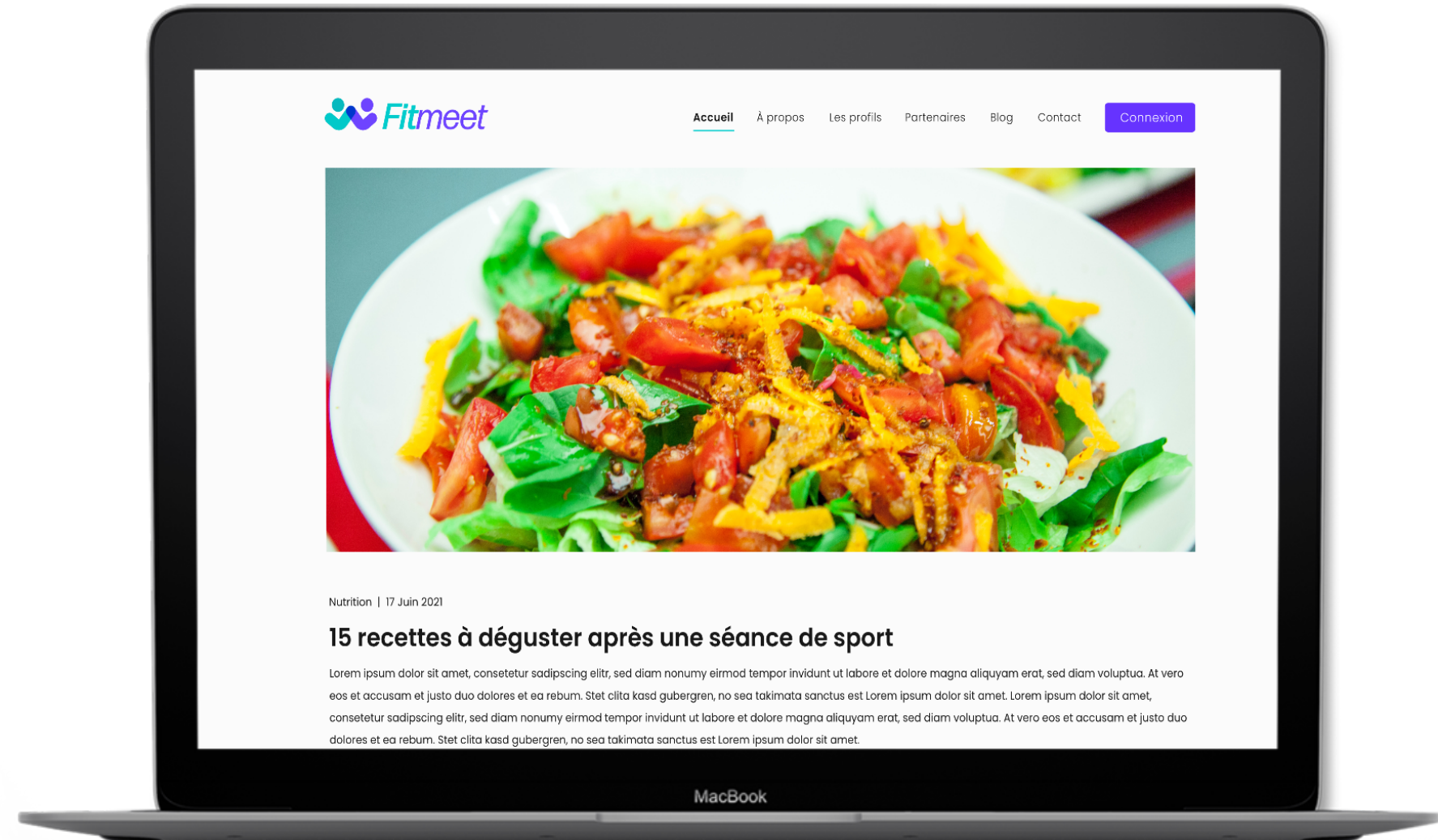


Mises en situation et contenu de marque

Landing page



Blog



Cahier des charges technique

Choix des technologies utilisées

Drupal

Pour le développement du site internet, nous avons fait le choix du CMS Drupal Commerce qui intègre le framework à partir de Drupal.

Le module applique les normes strictes de développement de Drupal, et exploite les meilleures fonctionnalités du CMS.

Drupal permet de créer des applications web, principalement des sites Internet, mais aussi des intranet/extranet. Il permet une grande flexibilité de création et développement sur-mesure. Le CMS propose également de concevoir un site e-commerce facilement personnalisable via la plateforme Drupal Commerce.

De plus, une multitude de plug-ins gratuits et payants sont disponibles pour couvrir quasiment tous les besoins d'un site internet.

Drupal offre une architecture pensée pour recevoir des multitudes de contenus différents qui peuvent être entièrement personnalisables. Il offre une très grande flexibilité car il permet de faire évoluer le site rapidement et facilement grâce à l'ajout de modules et à l'utilisation des API de références (paiement, réservations, etc.)

Drupal est considéré comme étant le CMS le plus sécurisé des Open Source. Les mises à jour sont régulières.

La communauté Drupal est l'une des plus active sur internet et très rigoureuse quand à la qualité du code mis à disposition de ses utilisateurs. Cela fait de Drupal un des CMS les plus robustes et sécurisé du marché en offrant notamment des performances d'affichage optimales.

Des fonctionnalités SEO très poussées

La communauté Drupal propose également de nombreux modules utilisables afin de travailler en profondeur le SEO de votre site WEB.

Gestion très fines des utilisateurs en back-end et des visiteurs

Drupal permet de gérer de manière très poussée les utilisateurs et les visiteurs de notre site depuis le tableau d'administration.

Plus de 66 000 sites utilisent Drupal Commerce dont le site du gouvernement, le site de la SNCF, le site de la maison blanche et le site de Société Générale

Choix des technologies utilisées

Stripe

Pour les paiements en ligne, nous utiliserons Stripe qui possède une API à insérer directement sur le site internet.

Stripe facilite la gestion des abonnements et des paiements puisqu'il prend en charge la gestion des paiements récurrents, des non-paiements et de la fin de validité des abonnements. En effet, il permet de bloquer automatiquement des abonnements qui ne sont plus payés ou terminés, par exemple.

Il est également possible de payer en plusieurs fois et de choisir son moyen de paiement.

Paypal

Paypal représente l'un des modes de paiement les plus appréciés en ligne et sur mobile. C'est un moyen de paiement sécurisé permettant à l'utilisateur de régler instantanément sans avoir besoin d'insérer sa carte bleue sur le site.

Hotjar

Hotjar est un outil qui permet de visualiser le comportement des internautes sur le site internet en plus des de l'analyse traditionnelle des données de trafic. Hotjar permet de comprendre ce que les utilisateurs font réellement sur le site avec plusieurs fonctionnalités comme la carte de chaleur qui montre les zones où les utilisateurs ont le plus interagit sur le site et les enregistrements pour voir le parcours réel de l'utilisateur.

L'outil permet également de récolter le retour des utilisateurs avec des enquêtes ou des avis utilisateurs présents sur le site.

Une analyse aussi précise permet de pouvoir modifier, au besoin, certains points pour une optimisation parfaite de la navigation et de l'expérience utilisateur.

Choix des technologies utilisées

Google Analytics

Google Analytics est un outil d'analyse qui permettra d'analyser le trafic du site internet et d'analyser les KPI définis (Temps passé sur le site, taux de rebond, taux d'abandon panier, etc...) pour améliorer l'expérience utilisateur et augmenter le taux de conversion

Google Maps

Avec l'API de Google Map, nous allons pouvoir intégrer l'emplacement exacte des événements pour que l'utilisateur puisse rejoindre l'événement sans souci. L'utilisateur pourra visualiser le lieu de l'événement directement sur le site et pourra créer un itinéraire jusqu'à l'événement depuis l'application Google Maps.

Sendinblue

Sendinblue est directement intégré à l'interface de l'outil d'emailing de Drupal. La plateforme permet de créer de nombreux scénarios « types » pour cibler nos prospects ou clients en fonction des actions qu'ils réalisent sur le site internet.

Sendinblue permet de créer des mails ou des scénarios simplement, sans avoir de connaissances en développement spécifique grâce à son éditeur et à sa fonction "glisser-déposer" qui permet à l'utilisateur de créer des templates facilement.

Sendinblue reste très intéressant en comparaison de ses concurrents présents sur le marché. La solution est gratuite jusqu'à 9000 mails par mois, il est possible d'envoyer 40 000 mails par mois pour 5,49€/mois, 60 000 emails pour 29€ /mois et 120 000 mails pour 49€/mois.

Justification des langages utilisés

PHP

Drupal est entièrement programmé en PHP. Le CMS peut-être enrichi de modules développés par la communauté de Drupal qui est la plus active et la plus innovante des CMS. Chaque module est en quelque sorte une bibliothèque de fonctions qui enrichit l'application et augmente ses possibilités.

Javascript

Du Javascript pourra être rajouté pour animer le site internet.

Symfony

Drupal 8 s'articule sur le framework français Symfony 2 afin de permettre à un grand nombre de développeurs de tirer pleinement profit de l'approche objet de PHP, en particulier les espaces de noms qui faciliteront l'isolation des modules.

Il permet l'affichage du contenu adapté à chaque interface que ce soit sur les PC, les tablettes ou les téléphones mobiles, y compris en utilisant la technologie du push13.

De ce fait, Drupal adhèrera à l'architecture REST14 (representational state transfer) qui est un style d'architecture logicielle définissant un ensemble de contraintes à utiliser pour créer des services web.

HTML / CSS

Le site sera développé en HTML et CSS en complément du PHP.

Nom de domaine et Hébergement web

Hostinger

Fitmeet sera disponible sous le nom de domaine fitmeet.fr offert lors de l'achat de l'hébergeur web Hostinger

Hostinger est l'un des hébergeur les moins chers du marché à l'heure actuelle. Hostinger dispose de datacenters en Europe (dont le Royaume-Uni, les Pays-Bas et la Lituanie) permettant de réduire au maximum le temps d'accès et de chargement du site internet.

L'interface d'administration est simple et facile à utiliser et de nombreux outils de sécurité sont disponibles sur l'hébergeur pour renforcer la sécurité du site internet

Enfin, Hostinger propose un service client capable de répondre en français disponible 24/24H et 7/7J

Hébergement cPanel à 2,95€/mois : Jusqu'à 50 sites web, 30Go de stockage SSD, une bande passante de 1To, des bases de données MySQL illimitées, des utilisateurs FTP illimités, Un installateur en un clic, Protection DDoS Cloudflare, envoi SMTP cloud, des sauvegardes automatiques, un accès SSH, un enregistrement de nom de domaine gratuit avec plan annuel et un certificat SSL gratuit

Ses forces :

- Des prix imbattables
- Multitude d'offres et de types d'hébergements
- Réactivité du service client
- Temps de fonctionnement irréprochable (les serveurs tournent sans interruption ou presque)
- Serveur LiteSpeed (analyse des performances du site web) disponible gratuitement avec la plupart des plans
- Nom de domaine et certificat SSL offerts
- Excellentes vitesses

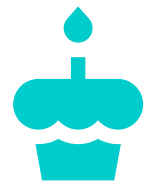
Ses faiblesses :

- Quelques erreurs de traduction au niveau de l'interface d'administration
- Pas de support client via téléphone

Annexes

Annexes 1 : Benchmark

sportpartner



Information société

- Fondé en 2007 aux Pays-Bas
- Expérience de 10 ans
- 5.000 membres actifs par jour
- Freemium : 5,95€ par mois



Points positifs

- Site moderne et attractif : Couleurs vives et site épuré
- Messagerie privé
- Profils non visibles si le visiteur n'est pas inscrit
- Astuces proposées pour aider à rencontrer des sportifs et pour compléter son profil correctement



Points négatifs

- Pas de vérification d'identité ni de preuve de vérification d'identité sur les profils
- Pas de signalement des profils indésirables possible
- Pas de version d'essai
- Site trop restreint : Aucune option gratuite disponible. Il faut payer l'abonnement pour voir plus de photo des sportifs, envoyer un message, filtrer les sportifs et voir les nouveaux membres.
- Très peu de réponses en retour
- Peu de critères de recherche (Sexe, Âge, Ville, Avec photos uniquement, En ligne maintenant)
- Pas de recherche par sport, niveau ou objectif

Annexes 1 : Benchmark



Information société

- Fondé en 2002 au Canada
- 75 000 inscrits
- Freemium : 19,99 par mois
- 6 mois à 0,52€ / jour soit 94,99 €



Points positifs

- Questions sur personnalité : 16 personnalités pour préciser les profils



Points négatifs

- Proposition de rencontre ou d'événement uniquement possible par message privé ou en publiant sur le mur d'annonce en texte dur
- Pas de menu au départ
- Inscription ou connexion obligatoire pour voir le site
- Inscription avec trop d'informations à demander : Taille et silhouette obligatoire ?
- Menu trop compliqué : trop d'information, l'utilisateur se perd
- Pas la possibilité de filtrer avec des critères précis si la rencontre n'est pas « date ».
- Possibilité de filtrer uniquement par « minois », sport ou par date.

Annexes 1 : Benchmark



- Fondé en 2018 à Capbreton
- 75 000 inscrits
- Gratuit
- Payant pour devenir partenaire



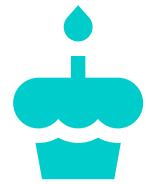
- Filtrage précis par distance ou par type de sport pratiqué
- Graphisme attractif et dynamique. Couleurs vives
- Système de carte pour voir les événements au tour
- Possibilité de s'inscrire sur un événement et voire les membres de l'événement et discuter avec eux
- Beaucoup de partenaires et présence d'un blog sportif



- Pas de désinscription possible
- Pas de rencontre possible autrement qu'en s'inscrivant sur un événement sportif.
- Pas de discussion privé possible : Discussion de groupe pour les événements
- Tout sport confondu, trop de choix de sport, l'internaute peut ne pas retrouver son sport ou ne pas trouver de partenaire pratiquant son sport

Annexes 1 : Benchmark

PRACTICE



Information société

- Fondé en 2018 à Rennes
- Plus de 150 sports référencés
- Gratuit



Points positifs

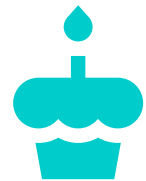
- Plus de 150 sports référencés
- Filtrage précis par distance ou par type de sport pratiqué
- Calendrier permettant de retrouver facilement les événements auxquels on participe



Points négatifs

- Pas de rencontre possible autrement qu'en s'inscrivant sur un événement sportif.
- Pas de discussion privé possible : Discussion de groupe pour les événements
- Tout sport confondu, trop de choix de sport, l'internaute peut ne pas retrouver son sport ou ne pas trouver de partenaire pratiquant son sport

Annexes 1 : Benchmark



Information société

- Fondé en 2016 à Paris
- 15 000 utilisateurs
- Gratuit



Points positifs

- Interface claire et intuitive, similaire à celle de Tinder (Format Swipe)
- Système de carte pour voir les courses au tour
- Possibilité de discuter avec des coureurs
- Profil renseigné avec le niveau et la vitesse de course



Points négatifs

- Application qui ne propose que des profils correspondant à notre profil. Pas de possibilité d'effectuer des recherches manuellement.



Des séances qui rassemblent



Laetitia Digard
Expert en Stratégie Digitale