

Rapport
Professionnel
Fin d'études
Chef de projet communication digitale 2020

Comment **acquérir**
des prospects en
combinant **l'UX** et la
communication ?



Virginie BODET
CPCD - 2020

**FICHE DE CONFIDENTIALITE
DES RAPPORTS, MEMOIRES, THESES ET SOUTENANCES PROFESSIONNELS**

Formation/qualification préparée : CPCD (Chef de Projet Communication Digitale).....

Nom-Prénom du stagiaire : BODET Virginie.....

Titre du dossier professionnel : Comment acquérir des prospects en combinant l'UX et la communication ?

Date de la soutenance : 30/09/2021

Nom de l'entreprise : EDICAD

Nom et qualité du représentant de l'entreprise : Pierre - Alain ROGER - CEO

Noms, entreprises et fonctions des membres de jury :

Nom-Prénom	Entreprise	Fonction

Mode de diffusion autorisé
 (Cocher la case correspondante)

☐ **Diffusion libre**

Le dossier est conservé en archives au CESI, il peut être librement consulté et reproduit. Il peut être utilisé par les destinataires, les études peuvent faire l'objet de publication....

☒ **Diffusion limitée au CESI**

Les membres du jury rendent leur exemplaire au stagiaire à la fin de la soutenance. Le stagiaire est responsable de cette restitution. Un exemplaire est conservé en archives au CESI. Le dossier peut être consulté pour exemple ou illustration par les stagiaires des promotions suivantes mais il ne peut être ni sorti du CESI, ni reproduit, sauf autorisation expresse de l'auteur et de son entreprise. La mention « Diffusion limitée au CESI, reproduction interdite » doit figurer sur la page de garde.

☐ **Diffusion interdite**

Les membres du jury rendent leur exemplaire au stagiaire à la fin de la soutenance. Le stagiaire est responsable de cette restitution. Un exemplaire est conservé au CESI, à titre de preuve dans le dossier pédagogique du stagiaire. Le dossier ne peut être ni consulté, ni sorti du CESI, ni reproduit, sauf autorisation expresse de l'auteur et de son entreprise. La mention « Diffusion et reproduction interdites » doit figurer sur la page de garde.

Signatures :

Pour l'entreprise



Le stagiaire



Le CESI



AVANT-PROPOS

Après une première partie de vie professionnelle dans l'administratif, et une expatriation en Afrique, j'ai suivi une formation en alternance au sein du CESI pour devenir Web Concepteur.

Ce nouveau métier a révélé ma personnalité, qui était déjà créative, mais lui apporte la technique et le sens de la stratégie. J'ai effectué cette reconversion grâce à EDICAD, éditeur de logiciels d'architecture, où je poursuis ma reconversion avec la formation de Chef de Projet Communication Digitale.

En parallèle de mon alternance, je continue la formation d'UX Designer en e-learning sur OpenClassRooms. En effet, depuis longtemps je suis sensible à une qualité de communication logique et intuitive, à la facilitation de procédure pour l'utilisateur, d'une manière générale. J'aime partager et apporter des idées à l'équipe pour arriver à un projet abouti, réfléchi et efficace. Étudier les sciences cognitives pour mieux comprendre les mécanismes de compréhension et de perception est passionnant, ce qui se révèle être un enjeu important dans la communication et la stratégie des entreprises.

C'est pourquoi la formation de Chef de Projet Communication Digitale et UX Designer, combiné à mon ancien métier et à mes expériences professionnelles, est complémentaire pour parvenir à mon objectif.

Ces formations me permettent d'acquérir de nouvelles compétences pour répondre à l'évolution des métiers du web, ainsi que des changements de visions des technologies tournées vers l'accessibilité et la praticité pour l'utilisateur.



REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je voudrais adresser des remerciements à Monsieur Pierre-Alain ROGER, Directeur d'EDICAD, qui m'a offert la possibilité d'accomplir ma reconversion en tant que Web Concepteur pendant deux ans, au sein de son entreprise...et de poursuivre avec la formation de Chef de projet Communication Digitale pour un an de plus. Il m'a fait confiance et encouragé.

Un grand merci à mon tuteur, Thierry COQUELET, qui a fait preuve de pédagogie et de patience. Grâce à lui j'ai pu travailler et apprendre dans de bonnes conditions et dans la bonne humeur ; il a su me guider malgré la distance. J'ai eu la chance de travailler sur des tâches aussi plaisantes que variées.

Merci aussi à toute l'équipe d'EDICAD qui, grâce à son enthousiasme et sa bonne humeur, m'a permis de pousser mes limites d'apprentissage et de créativité au plus haut niveau, m'impliquant pleinement dans ses activités, me permettant ainsi d'évoluer.

Bien sûr je n'oublie pas tous les intervenants du CESI présents pour nous apporter les connaissances nécessaires et répondre à nos nombreuses questions, qui se sont impliqués pour nous conduire à la réussite.

Je remercie particulièrement Aurélie BLANCHET, Pilote de formation, toujours présentes pour effacer les doutes et nous apporter soutien et conseils précieux ; mes collègues de promotion pour les travaux en équipe, très plaisant et instructif.

Une pensée particulière pour mon mari et mes enfants, leur immense soutien, leur patience face à mes absences pour cause de travail et révisions intensifs ! Merci à eux d'avoir supporté les deux ans passés, et d'avoir accepté cette troisième année, qui me prends tout mon temps et me rend peu disponible.

Sans vous tous, je ne serais pas arrivé jusqu'ici, avec le privilège d'exercer un métier passionnant qui me permet de m'épanouir pleinement. Encore merci !



INTRODUCTION

J'ai passé deux ans chez EDICAD où j'ai pu valider mon diplôme de WEB CONCEPTEUR avec pour sujet la **Refonte du site internet avec étude UX**.

<https://www.edicad.com/>

Mon travail pour cette troisième année, en tant que Chef de Projet Communication Digitale, s'inscrit dans la continuité de ce projet. En effet maintenant que le site est en ligne nous avons pu mesurer une augmentation des visites mais de façon encore trop faible. Il faut donc intervenir et mener des actions pour fidéliser la clientèle existante et augmenter le parc prospects/clients.

Je continue mon projet dans un périmètre d'actions plus étendu avec une plus grande autonomie. Je m'occupe toujours de la maintenance et de l'actualisation du site internet, mais avec plus de liberté quant aux décisions à prendre notamment dans la proposition de solutions et la création de contenus spécifiques pour les réseaux sociaux. Je suis dorénavant en charge du planning éditorial et de la communication digitale d'EDICAD.

Mon projet est donc d'analyser et d'établir la communication d'EDICAD via divers canaux. Je détaillerai pourquoi et comment l'UX design, combiné à une stratégie de communication cohérente, peut influencer sur le gain de prospects.

Ce rapport présente le détail des différentes étapes de mon projet.

Dans un souci de confort de lecture, les menus **SOMMAIRE** et **ANNEXES**, ainsi que le **GLOSSAIRE** sont cliquables.

À chaque double-page, les icônes **S**, **A** et **G** cliquables pour revenir aux menus et glossaire.

SOMMAIRE

Avant-propos	5
Remerciements	7
Introduction	9

I - Présentation de l'entreprise et missions

1 - Présentation de l'entreprise	14
1.1 - Historique & implantation	14
1.2 - Organigramme & organisation	15
1.3 - Secteur d'activité	16
1.4 - Produits et type de prestations	16
1.5 - Chiffre d'affaire	20
1.6 - Clients et concurrents	21
2 - Présentation et mission du service communication	24
2.1 - Présentation du service communication	24
2.2 - Mon rôle au sein de l'équipe	25
2.3 - Outils utilisés	26
2.4 - Interlocuteurs en interne ou en externe	27

II - Chantier d'application

1 - Étude du projet	30
1.1 - Contexte & problématique	30
A. Environnement	30
B. Diagnostic de l'existant	32
C. Contraintes	34
D. Formulation du besoin	34
1.2 - Cadrage de la mission	35
A. Enjeux & objectifs	35
B. Objectifs fixés, résultats attendus, livrables	35
E. Plan de management	36
E.1. Critères d'évaluation du projet / KPIs	39
E.2. Planning	39
E.3. Coût	40
2 - Réalisation du projet	41
2.1 - Description de la réalisation	43
2.2 - Résultat	69
2.3 - Axes d'amélioration	76

III - Bilans

1 - Bilan professionnel et personnel	80
2 - Retour d'expérience	81

IV - Projet professionnel

1 - Projet professionnel	84
2 - Curriculum vitae	86

V - Autres

1 - Glossaire	90
2 - Bibliographie & webographie	93
3 - Annexes	94

VI - Résumé

110





Présentation de l'entreprise et missions

I - Présentation de l'entreprise et missions

1 - PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

1.1 - Historique

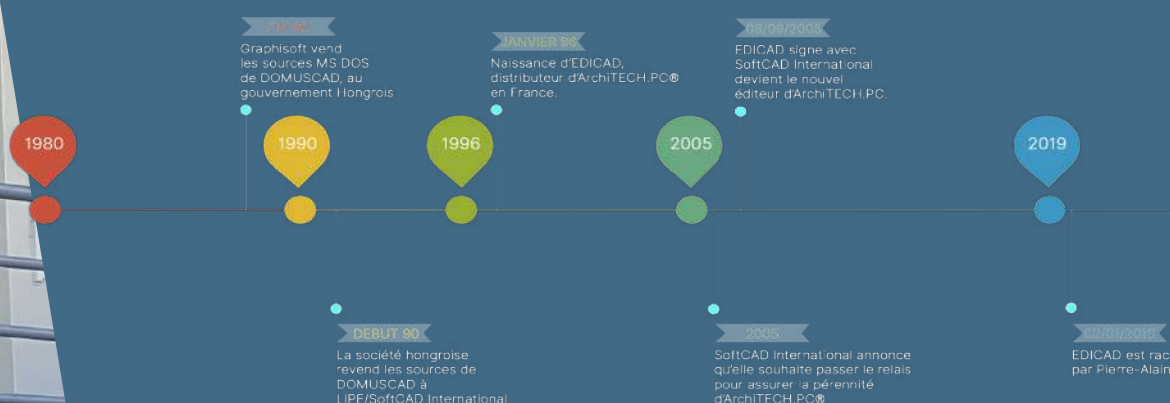


Implanté à Cahors (Lot), et présent depuis 1996, EDICAD est éditeur de logiciels spécialisé dans le développement de solutions CAO/DAO professionnelles, relevés, devis et métrés proposant une véritable alternative aux éditeurs internationaux.

À la fin des années 80, Graphisoft, développeur du logiciel ArchiCAD, vend les sources MS DOS de son logiciel au gouvernement Hongrois. Le logiciel s'appelle alors DOMUSCAD.

Au début des années 90, la société hongroise revend les sources de DOMUSCAD à LIPE/SoftCAD International, distributeur d'ArchiCAD au Benelux.

SoftCAD International, arrête la distribution d'ArchiCAD et réécrit le logiciel DOMUSCAD dans l'environnement Windows, tout en conservant l'analyse fonctionnelle du programme et les développeurs à Budapest. Ils l'appellent alors ArchiTECH.PC, pour marquer la différence avec ArchiCAD alors développé pour Macintosh.



Janvier 1996 : naissance d'EDICAD qui va assurer la distribution d'ArchiTECH.PC en France.

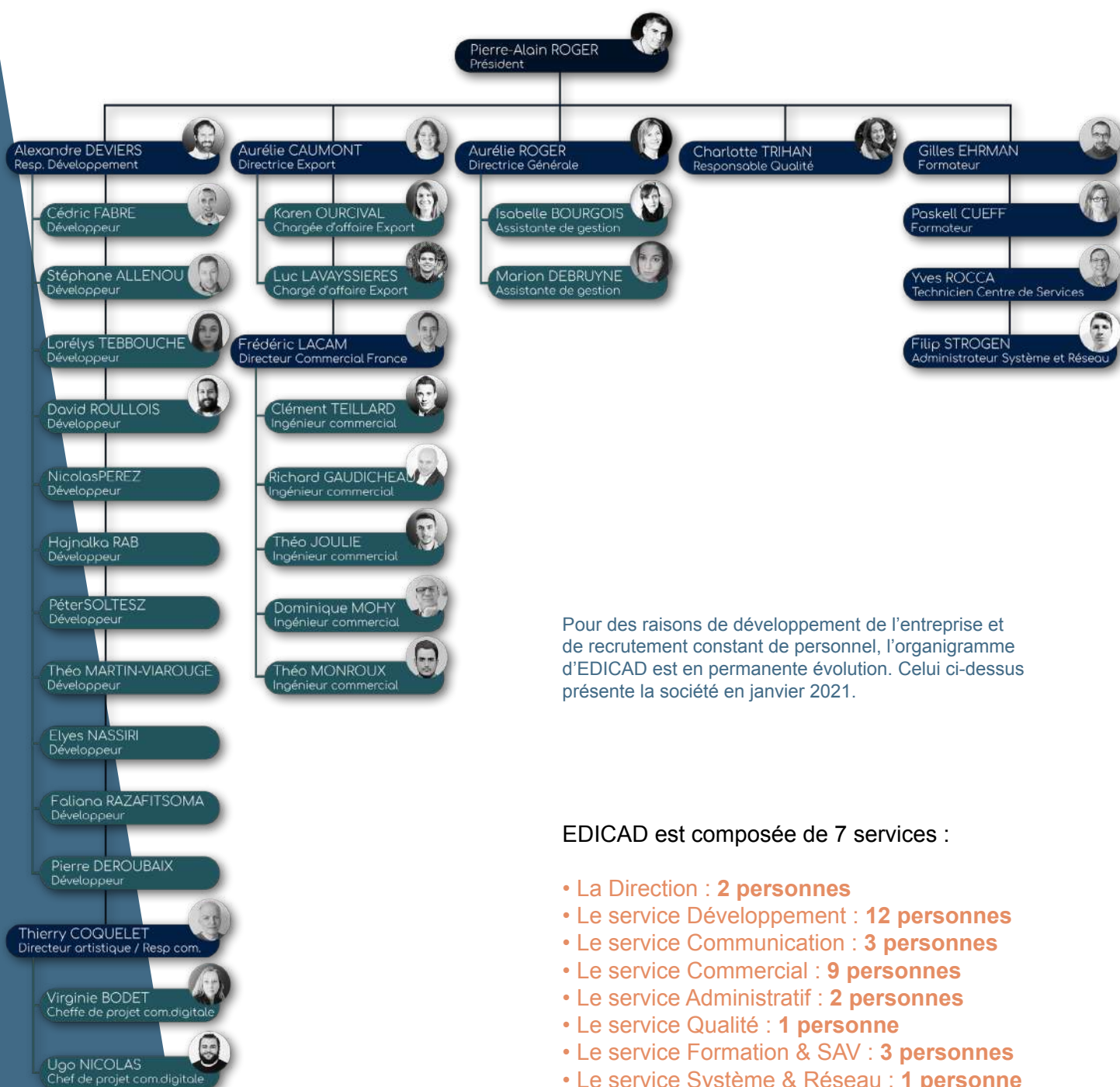
Courant 2005, SoftCAD International annonce qu'elle souhaite passer le relais et cherche un interlocuteur susceptible d'assurer la pérennité d'ArchiTECH.PC. EDICAD est sur les rangs.

Le 8 septembre 2005 est signé le contrat entre SoftCAD International et EDICAD qui devient alors le nouvel éditeur d'ArchiTECH.PC. EDICAD conserve les développeurs à Budapest et reprend le réseau de distribution international.

Depuis 1996, la présence sur le terrain d'EDICAD lui permet de se faire connaître comme un interlocuteur professionnel et fiable commercialisant des logiciels et des services de qualité.

En janvier 2019, changement de direction, EDICAD est rachetée par Monsieur Pierre-Alain ROGER.

1.5 - Organigramme & organisation



Tous les services communiquent entre eux directement suivant les besoins du moment ou des projets en cours. Les livrables sont validés par le demandeur et suivant l'importance, également par la direction.

1.3 - Secteur d'activités

EDICAD est un éditeur de logiciels spécialisé dans le développement de solutions CAO / DAO, relevés, devis et métrés à destination des professionnels du bâtiment. Le métier d'éditeur de logiciels consiste à déterminer les solutions techniques qui permettent de satisfaire le cahier des charges des usagers, et donc de répondre à leurs attentes.

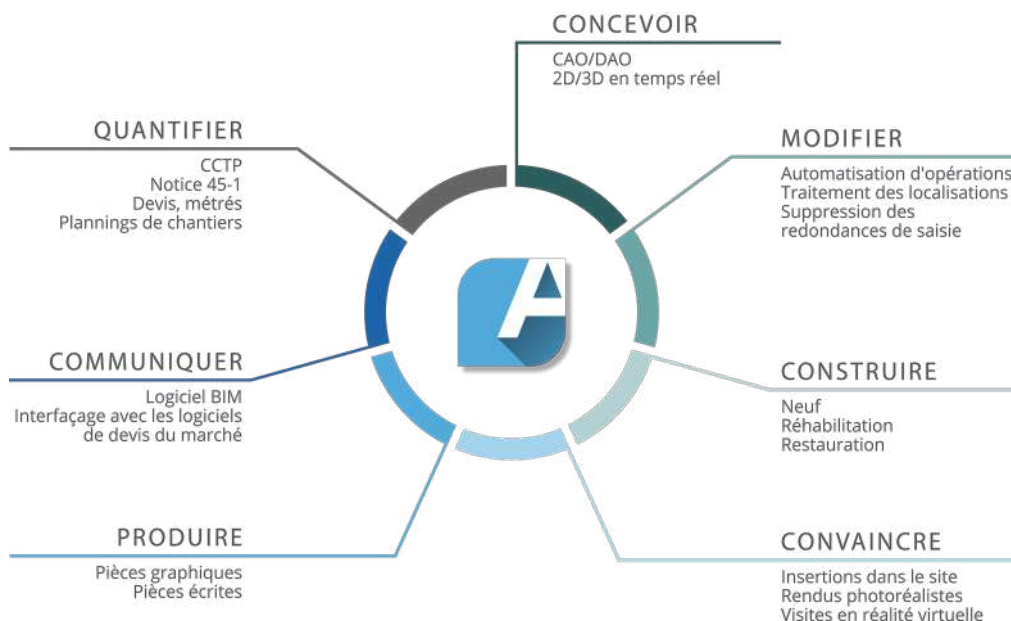
L'éditeur se fonde d'une part sur son expérience, et, d'autre part sur les besoins des utilisateurs. Les évolutions et corrections sont mises en oeuvre au quotidien, grâce à une bonne communication entre les développeurs, les commerciaux et le service de télémaintenance.

1.4 - Produits et type de prestations

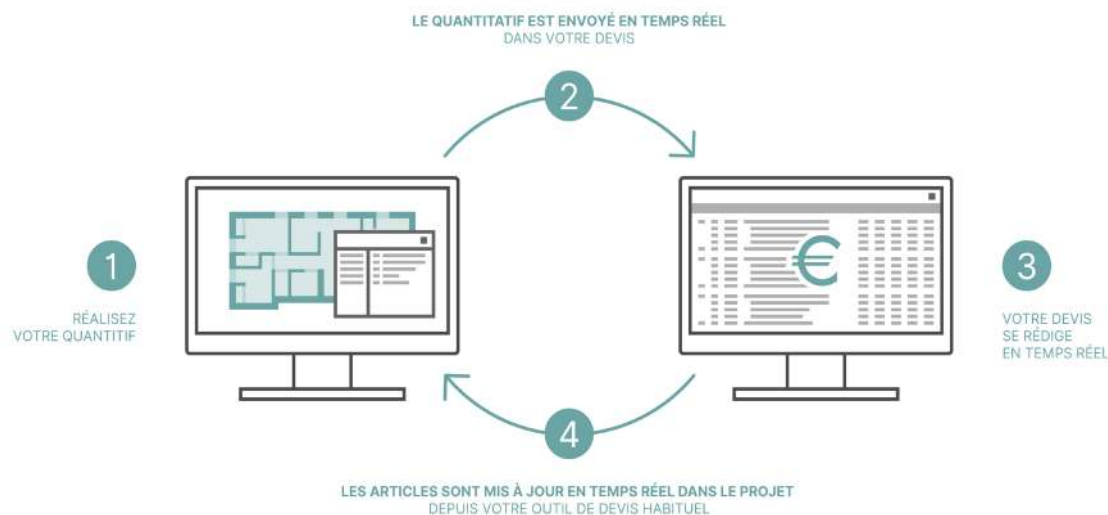
EDICAD vend trois logiciels de CAO / DAO / 3D ainsi que des formations :



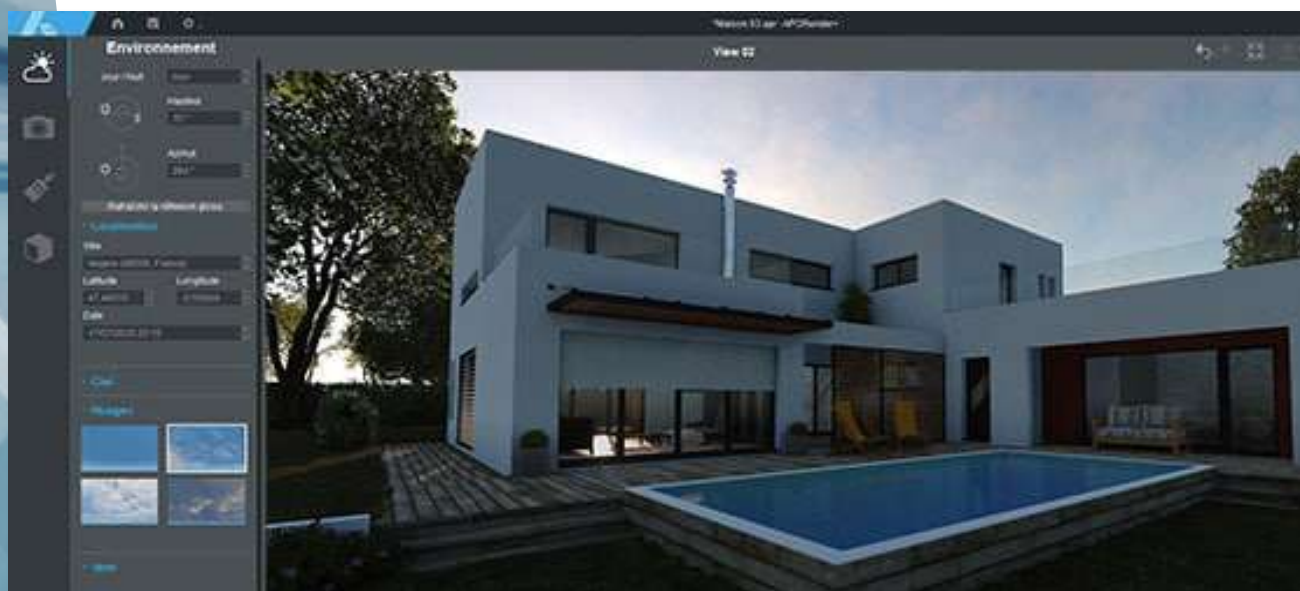
ArchiTECH.PC® est une solution professionnelle globale et intégrée rassemblant 2D, 3D, métré et imagerie en un seul logiciel. Il permet de traiter des projets toujours plus complexes à travers une interface simple et conviviale et des outils dédiés aux spécificités de chaque activité pour des missions complètes (architectes, maîtres d'œuvres, constructeurs de maisons individuelles), ou des études techniques à partir du BIM (bureaux d'études, économistes, entreprises, artisans, négociants).



Le logiciel KutchCAD est une solution simple et précise permettant de métrer et chiffrer les ouvrages de tous les secteurs du bâtiment. KutchCAD s'adresse à tous les professionnels qui ont besoin de produire des métrés sur la base de projets déjà dessinés par des architectes, maîtres d'œuvres ou constructeurs. À partir d'un plan importé en dwg ou en pdf, il est donc possible de tracer puis de passer d'une vue 2D / 3D au devis et inversement. Les éditions se font vers Excel, Word ou vers de nombreux logiciels de devis / gestion du marché.



Conçu pour ArchiTECH.PC — et utilisable en version autonome —, APCRender+ est le nouveau logiciel d'imagerie d'EDICAD pour le calcul de rendus photoréalistes qui allie la puissance de la 3D en temps réel et une grande simplicité d'utilisation. Mettre en scène et valoriser vos projets n'aura jamais été aussi facile.



Courant 2021 EDICAD devient Groupe EDICAD qui est composé d'EDICAD et d'EDICADSmart.



Depuis 2020, EDICAD a entrepris d'importants développements de logiciels pour renouveler son catalogue produits. Les technologies vieillissantes d'ArchiTECH.PC et KutchCAD distribués depuis 1996, seront peu à peu remplacées par la **Suite APCWeb** (SaaS et/ou On Premise) : **APCBuilding**, **APCSurvey**, **APCRender+**, et **APCSmart**.



EDICAD
GROUPE



EDICAD



EDICAD
SMART

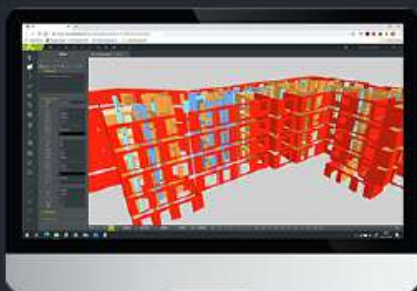
PCWeb Suite

QUANTIFIER



Métrés, devis et gestion de chantiers

- Métrés à partir de maquettes numériques
- Automatisation des pièces écrites
- Relevés à partir d'un lasermètre ou une station Leica (connexion Bluetooth)
- Synchronisation directe aux logiciels de devis/gestion SAGE et EBP



EDICAD
SMART

EXPLOITER



Suivi de chantiers et gestion BIM de patrimoine immobilier

- Visualisation d'objets IFC
- Manipulation en 3D temps réel
- Ajout d'annotations, d'alertes et de photographies localisées
- Planning d'interventions
- Géolocalisation des projets



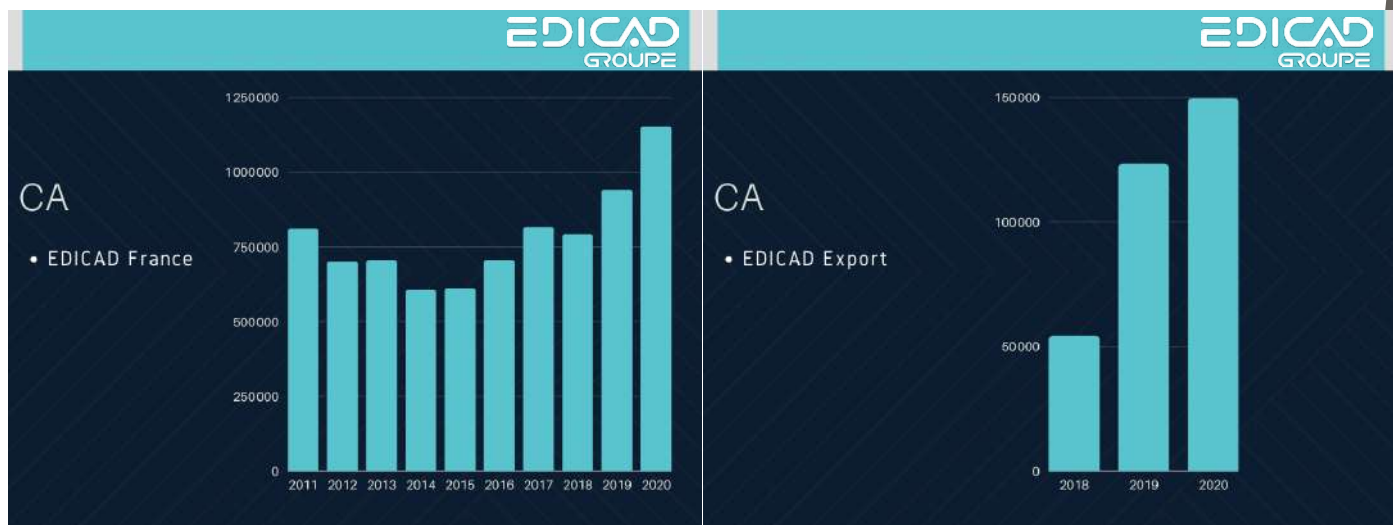
Pack Services



EDICAD vend également un Pack Services comprenant maintenance et formations. Le Pack Services est un contrat d'abonnement fondé sur l'engagement de fidélité des clients. Il permet de bénéficier de services et de tarifs particulièrement attractifs et avantageux (mises à jour, maintenance, SAV, assurance...).

Le service de télémaintenance permet de dépanner, soit par téléphone, soit par prise de poste à distance via internet (grâce au logiciel AnyDesk), tout problème rencontré lors de l'utilisation des logiciels par les clients d'EDICAD.

1.5 - Chiffre d'affaires



Depuis 2016 le chiffre d'affaires d'EDICAD est en constante augmentation, et plus fortement depuis le changement de Direction en 2019.

Cette augmentation continue malgré la crise sanitaire actuelle. En effet EDICAD a la chance d'être moins touchée en raison de son positionnement d'éditeur de logiciels (fourniture des logiciels et dongles (clés) par internet). EDICAD propose également des formations à ses logiciels pratiquées en présentiel ou en distanciel, ainsi que des web démos.

Le monde du bâtiment étant peu impacté, les ventes d'EDICAD n'ont que légèrement diminuées en début de crise sanitaire.

1.6 - Clients et concurrents

- Les clients d'EDICAD (B to B) sont :



LES ARCHITECTES ET MAÎTRES D'OEUVRES :

Depuis les relevés de bâtiments et les premières esquisses de conception jusqu'à la réception de chantier et la clôture des comptes, ArchiTECH.PC et ArchiTECH.PC First Edition couvrent l'ensemble des tâches propres à leur activité dans l'environnement BIM.



LES ÉCONOMISTES ET BUREAUX D'ÉTUDES :

KutchCAD permet d'assurer leur mission de conseil auprès de l'architecte, du maître d'œuvre et du maître d'ouvrage ; analyser chaque projet dans sa globalité ou en détails afin d'en établir l'étude technique et financière la plus pertinente, de l'élaboration des descriptifs-quantitatifs à la conduite du chantier et des plans d'avancement des travaux.



LES CONSTRUCTEURS DE MAISONS INDIVIDUELLES :

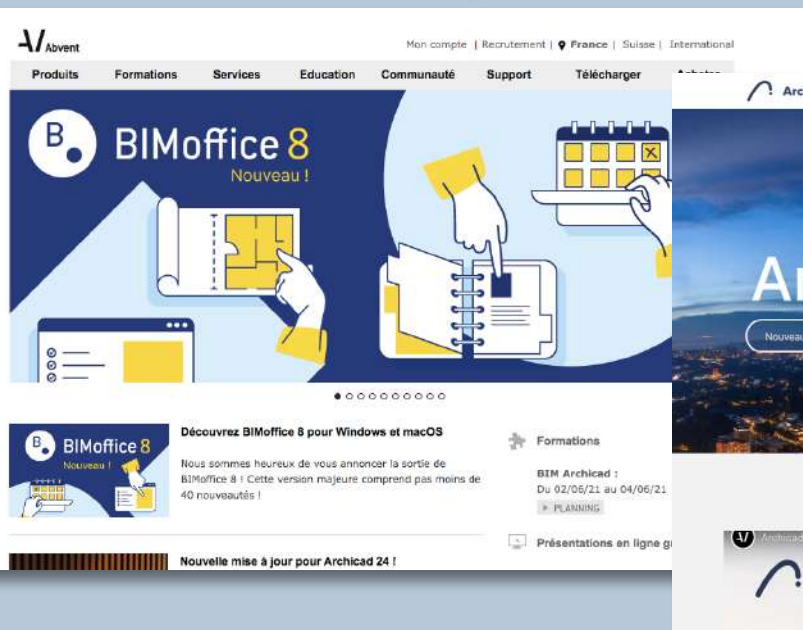
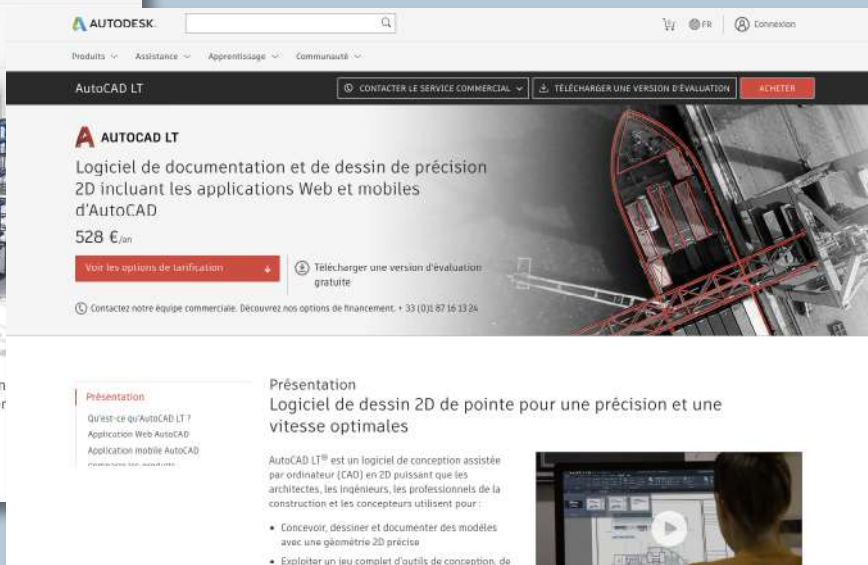
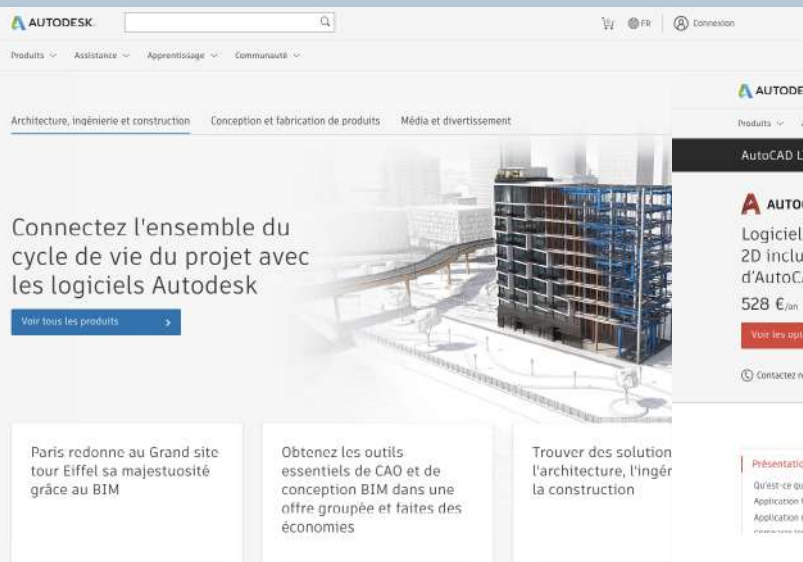
ArchiTECH.PC leur permet de concevoir des maquettes numériques parfaites et des rendus photoréalistes pour le dépôt des permis de construire de leurs clients, ou enrichir leurs catalogues.



LES ENTREPRISES ET ARTISANS DU BÂTIMENT :

KutchCAD leur permet de réaliser facilement des métrés et devis sur plans automatiquement reliés à leur logiciel de devis, et sans redondance de saisie.

Les **concurrents** directs d'EDICAD sont, AUTODESK avec ses logiciels AUTOCAD et REVIT, NEMETSCHEK et son logiciel ALLPLAN, ADVENT et son logiciel ARCHICAD, ainsi qu' ALL SYSTEMS et son logiciel MIAO.





NEMETSCHek
GROUP

COMPANY BRANDS COMPETENCES & REFERENCES NEWS INVESTOR RELATIONS

Contact | Career | News | Deutsch | Search for

Building Life
Intelligence

The NEMETSCHek GROUP

The Nemetschek Group is driving the digitalization of the building industry. With our software, architects, engineers, construction companies, and facility managers can plan ahead, seamlessly share information and work together more closely. Building and infrastructure projects can thus be conducted more efficiently and sustainably.

The unique holding structure provides our 15 strong brands with the flexibility to innovate in an entrepreneurial way while closely engaging with their over 6.0 million customers worldwide. Founded by Prof. Georg Nemetschek in 1983, the company today employs more than 8,000 experts.

ALLPLAN
SOLUTIONS

ALLPLAN WORLD

Menu

ALLPLAN DESIGN TO BUILD

Concevoir des solutions pour un meilleur environnement bâti.

ESSAI GRATUIT

INGÉNIERIE STRUCTURE

FABRICATION PRÉFABRIQUÉE

INGÉNIERIE DES PONTS

ARCHITECTURE

COLLABORATION DE PROJETS

GÉNIE CIVIL

ALLPLAN NEWS

*** Livre blanc : La solution BIM révolutionnaire pour la conception de ponts ***

FLUX DE DONNÉES



ALL
SYSTEMS
smart software 4 builders



Miao
Bim & Cloud 4 MI

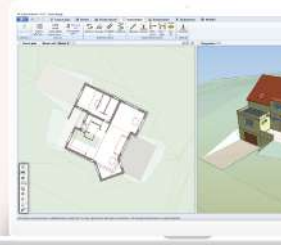
All Systems
BIM & Cloud 4 MI

LOGICIELS FORMATIONS SOCIÉTÉ BLOG JOB SUPPORT TEL : 04 76 90 13 12 CONTACT

ALL SYSTEMS
ÉDITEUR DE LOGICIEL
CENTRE DE FORMATION

"Des logiciels dédiés aux professionnels du bâtiment."

NOTES LOGICIELS CENTRE DE FORMATION



Miao

Logiciel Options Tarifs Galerie Blog

CONNEXION

OBTENIR UN DEVIS

Le logiciel de conception
de maisons individuelles
le + rapide du marché !

A partir de 460 €/mois Miao + Maintenance + Hébergement Cloud

Découvrez les modules complémentaires !

MIAO WORK



Miao, le seul logiciel entièrement dédié aux Constructeurs de Maisons Individuelles qui réunit les métiers de dessinateur et de métreur.

2 - PRÉSENTATION ET MISSION DU SERVICE COMMUNICATION

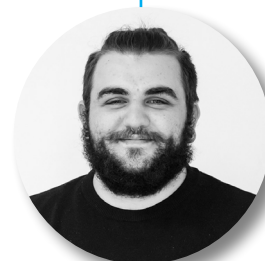
2.1 - Présentation du service Communication

Le service Communication d'EDICAD se compose de trois personnes.

Thierry COQUELET
Chef de projet communication (tuteur)



Virginie BODET
Cheffe de projet communication digitale
(alternance)



Ugo NICOLAS
Chef de projet communication digitale
(alternance)

Le service Communication répond à plusieurs problématiques et besoins :

- Communication sur les **Réseaux Sociaux** (Linkedin, Facebook, Twitter)
- Communication **interne** à l'entreprise (Teams, We are EDICAD)
- Création des **Wireframes** des sites internet
- Création et maintenances des **sites internet** (EDICAD, EDICADSmart, EDICADStore et EDICADHelp)
- Création des **templates des mailings** et création des **campagnes de mailings** (rédactionnels et visuels)
- Création de la **charte graphique** d'EDICAD
- **Interviews** clients (vidéos)
- Montages **vidéos** et **Motion Design**
- Création de tous les **visuels** et le **rédactionnel** d'EDICAD (supports de communication internes et externes, plaquettes logiciels, logos, icônes et interface des logiciels)
- **Études et analyses UX** (heatmap, Google Analytics, Pixel Facebook, Google My Business)
- Production de **livrables** (benchmark communication, analyse du trafic sur les sites et les réseaux,...)
- **Cohérence dans la communication** générale (messages, images...)
- **Gestion des évènementiels** (stands, vidéos, réservations...)

2.2 - Mon rôle au sein de l'équipe

Mon rôle dans la société EDICAD est Cheffe de Projet Communication Digitale.

Je suis en charge de toute la communication d'EDICAD, en interne et en externe, ainsi que la gestion des interactions entre toutes les informations et services concernés, afin de garder une cohérence globale dans nos actions et notre communication.

Communication interne :

- Communication via Teams comprenant l'utilisation de plusieurs canaux au sein de cette application, notamment la partie «We are EDICAD» qui est gérée par le SharePoint (Microsoft).

Communication externe :

- Communication via les **réseaux sociaux** (avec création du compte sur Instagram et Pinterest) afin d'informer sur l'actualité, les offres, les salons, les web démos et nouveautés d'EDICAD.
- Création des **templates** et des **campagnes de mailings**
- Création de la nouvelle **charte graphique** comprenant tous les supports de communication
- Création de **visuels**, de **présentations PowerPoint** et de **plaquettes commerciales**
- **Études et analyse UX** à travers des questionnaires utilisateurs et des indicateurs de résultats (Google Analytics, Pixel Facebook, heatmaps...)
- **Benchmark** communication
- Communication avec nos **distributeurs** et nos **partenaires**, avec collaboration pour la création de plaquettes communes
- Réalisation de **reportages** (interviews de clients et tournages de rushes, montages vidéos)

[Vidéo 1](#)

[Vidéo 2](#)

- **Acquisition de prospects** en alliant l'UX à la communication
- **Maintenance et mise à jour des actualités** du site WordPress EDICAD
- **Planification** des tâches de notre service via l'ERP
- Création du **site HELP** sous le CMS WordPress
- Gestion des **notifications** apparaissant dans l'interface des logiciels, notifications gérées via le back-office du site internet EDICAD

2.3 - Outils utilisés

Communication interne



TEAMS
(Microsoft)

Teams est une application de communication collaborative. Elle permet de pouvoir échanger en temps réel par écrit ou en visio, ainsi que le partage d'écrans ou l'échange de documents.



OUTLOOK
(Microsoft)

Outlook.com est un service de messagerie web. C'est un complément à l'utilisation de Teams pour la communication interne, et l'outil principal de communication externe par messagerie.



IWS
(Isilog)

IWS est l'ERP utilisé par EDICAD. J'y tiens à jour l'avancement des tâches demandées au service Communication par tous les autres services. Je tiens aussi à jour le planning éditorial sur cet outil.

Développement / FTP



**VISUAL STUDIO
CODE**

Éditeur de code extensible développé par Microsoft pour Windows, Linux et macOS.



FILEZILLA

Client FTP, FTPS et SFTP, développé sous la licence publique générale GNU. Il permet d'avoir accès au serveur pour pouvoir gérer directement les dossiers du site internet.

Graphisme



PHOTOSHOP
(Adobe)

Logiciel de retouche, de traitement d'images assisté par ordinateur, je m'en sers pour la création des visuels.



ILLUSTRATOR
(Adobe)

Logiciel de création graphique vectorielle. Je l'utilise surtout pour la manipulation des logos existants (couleurs, taille) et la création d'icônes.



INDESIGN
(Adobe)

Logiciel de PAO produit par Adobe Systems, utilisé principalement pour la création de PDFs interactifs et création de plaquettes commerciales.



XD
(Adobe)

Adobe XD est un outil de conception d'expérience utilisateur basé sur le vecteur pour les applications Web et les applications mobiles. Je m'en sers pour la création de maquettes (wireframes) interactives.

Vidéo



PREMIERE PRO
(Adobe)

Logiciel de montage vidéo. Ce logiciel m'a servi pour le montage des rushes afin de réaliser les interviews clients.



AFTER EFFECT
(Adobe)

Logiciel d'effets vidéos, devenu un outil de composition. Il m'a permis d'ajouter certains effets sur mes montages vidéos.



AUDITION
(Adobe)

Logiciel de traitement de données audio numériques. Je m'en suis servi occasionnellement pour corriger des sons parasites.

Web, Statistiques et Analyses



GOOGLE
ANALYTICS

Service gratuit d'analyse d'audience d'un site Web ou d'applications.



PIXEL
FACEBOOK

Bout de code (Javascript) placé sur les pages du site web. Il permet l'analyse d'audience d'un site Web ou d'applications.



WORDPRESS

WordPress est un système de gestion de contenu gratuit, libre et open-source. Ce logiciel écrit en PHP repose sur une base de données MySQL.



POWER BI
(Microsoft)

Solution d'analyse de données. Il permet de créer des visualisations de données personnalisées et interactives afin de créer des rapports et tableaux de bord.



Mailing

SARBACANE

Logiciel d'email marketing que j'utilise pour nos campagnes de mailings. De plus, il propose plusieurs outils d'analyse d'audience et comportementale.

UX



WHIMSICAL

Espace de travail collaboratif qui permet de créer des diagrammes, des organigrammes ou encore des maquettes et des cartes mentales.



UXPRESSIA

Outil en ligne de cartographie du parcours client, de création de profils et de cartes d'impact.



2.4 - Interlocuteurs en interne ou en externe

Pour la réalisation, de mes missions mes interlocuteurs en interne sont : mon maître de stage, Thierry COQUELET (Chef de Projet Communication), Ugo NICOLAS (alternant Chef de Projet Communication Digitale), et notre Directeur Général Pierre-Alain ROGER, ainsi que les employés d'EDICAD.

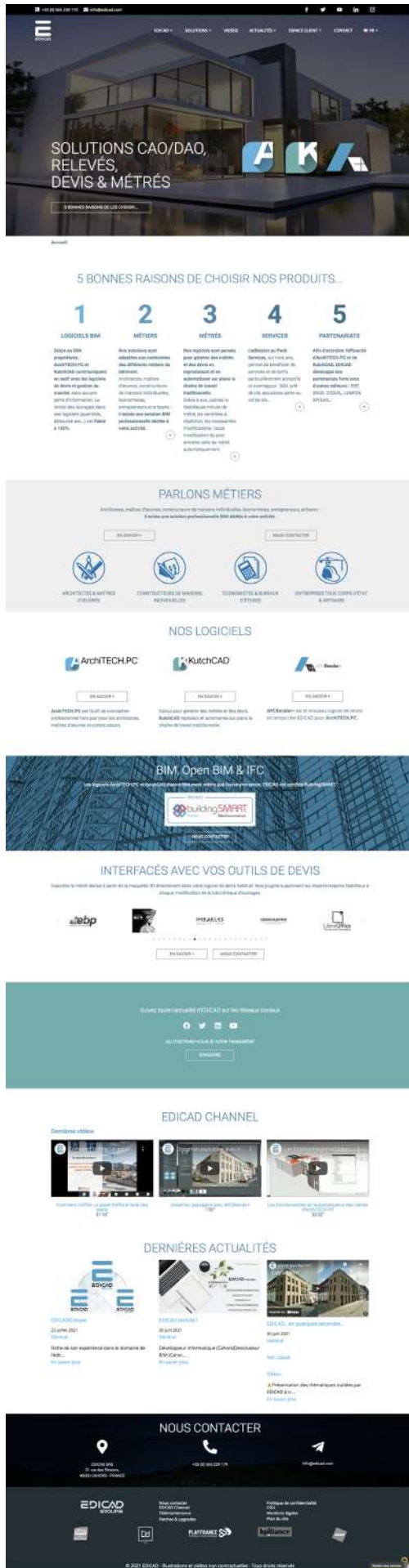
Mes interlocuteurs en externe sont les utilisateurs des logiciels d'EDICAD, ainsi que nos distributeurs et partenaires dans le cadre de nos projets de communication et évènementiels. Nous avons occasionnellement recours à une entreprise de communication extérieure pour la création de vidéos.





Chantier d'application

II - Chantier d'application



1 - ÉTUDE DE PROJET

1.1 - Contexte & problématique

A. ENVIRONNEMENT

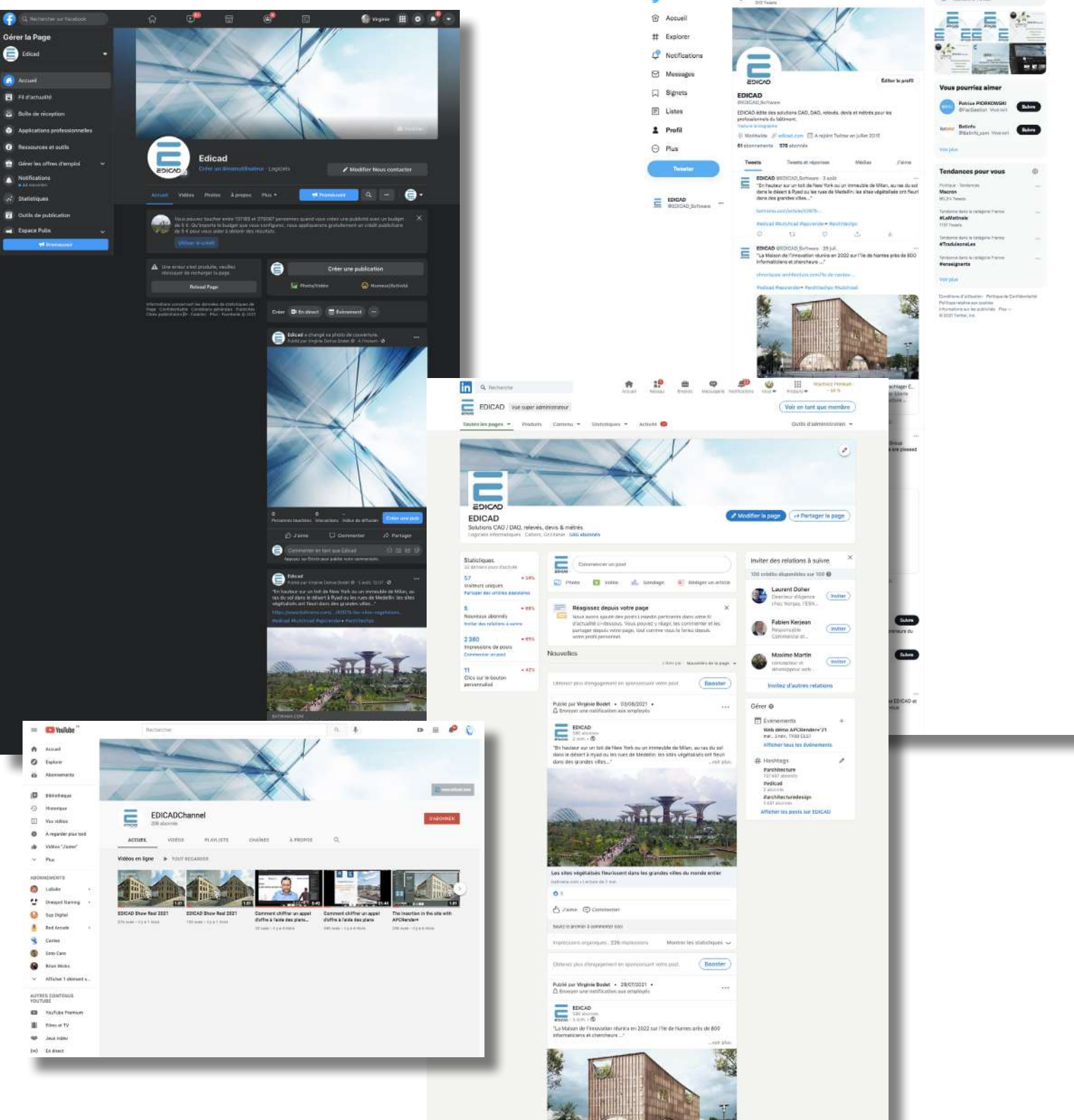
J'ai passé deux ans chez EDICAD où j'ai pu valider mon diplôme de WEB CONCEPTEUR avec pour sujet la **Refonte du site internet avec étude UX**. Pour cette troisième année, avec la formation de Chef de Projet Communication Digitale, mon travail s'inscrit dans la continuité de ce projet.

En effet pendant ces deux années chez EDICAD, j'ai pu mener plusieurs actions ayant permis une évolution de la communication et de la visibilité d'EDICAD, dans le contexte du changement de direction de la société.

Pour ce faire j'ai eu l'occasion d'effectuer la refonte complète du site internet existant afin de lui apporter un design contemporain et une expérience utilisateur de qualité, passer d'un site vieillissant visuellement à un site contemporain et fonctionnel, mettant en avant la communication d'EDICAD.

C'était un enjeu fort pour la nouvelle direction de mon entreprise qui a très logiquement, au vu de son domaine d'activités, attaché une grande importance à cette évolution, le site internet étant sa meilleure vitrine.

J'ai également repris, avec mon tuteur, la communication d'EDICAD sur les réseaux sociaux. À mon arrivée, une page Facebook, Twitter et Youtube existaient, mais très peu actualisées. J'ai également créé une page LinkedIn. Grâce à cela nous avons donc pu alimenter les réseaux sociaux ainsi que la page actualités de notre site au fur et à mesure des informations du moment et sans planning éditorial pré-défini.



Depuis que le site est en ligne nous avons pu mesurer une augmentation des visites, mais de façon encore trop faible. Il faut donc intervenir et mener plus d'actions pour fidéliser la clientèle existante et augmenter le parc prospects/clients.

B. DIAGNOSTIC DE L'EXISTANT

Diagnostic de l'existant digital d'EDICAD en octobre 2020 :

• SITES INTERNET d'EDICAD sous WordPress

Il existe un site internet généraliste d'EDICAD ([p.30](#)) dont j'ai réalisé la refonte au cours de ma première alternance, ainsi qu'un site d'aide en ligne (Help) actuellement en cours de construction.

• RÉSEAUX SOCIAUX

Nous sommes présents sur les réseaux Facebook, LinkedIn, Twitter et YouTube ([p.31](#)).

Facebook : nos utilisateurs naviguent sur ce réseau social le week-end.

LinkedIn et Twitter : nos utilisateurs et partenaires y sont présents dans la semaine.

YouTube : Nos utilisateurs et prospects y retrouvent nos vidéos (interviews, web démos, teasers...)

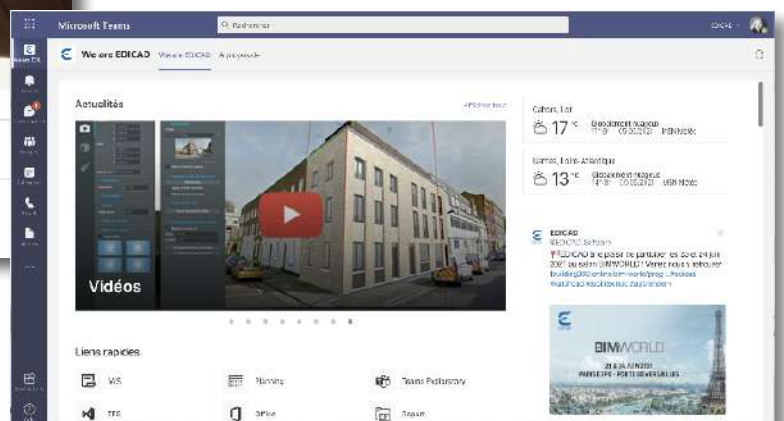
• ERP

EDICAD utilise un ERP (Enterprise Resource Planning ou ERP), IWS. Celui-ci est un logiciel permettant de gérer l'ensemble des processus de l'entreprise en intégrant l'ensemble de ses fonctions, dont la gestion des ressources humaines, la gestion comptable et financière, l'aide à la décision, ainsi que la vente, la distribution, l'approvisionnement et le commerce électronique. Pour ce qui me concerne, j'y actualise le planning éditorial effectif et les différentes demandes de notre service.



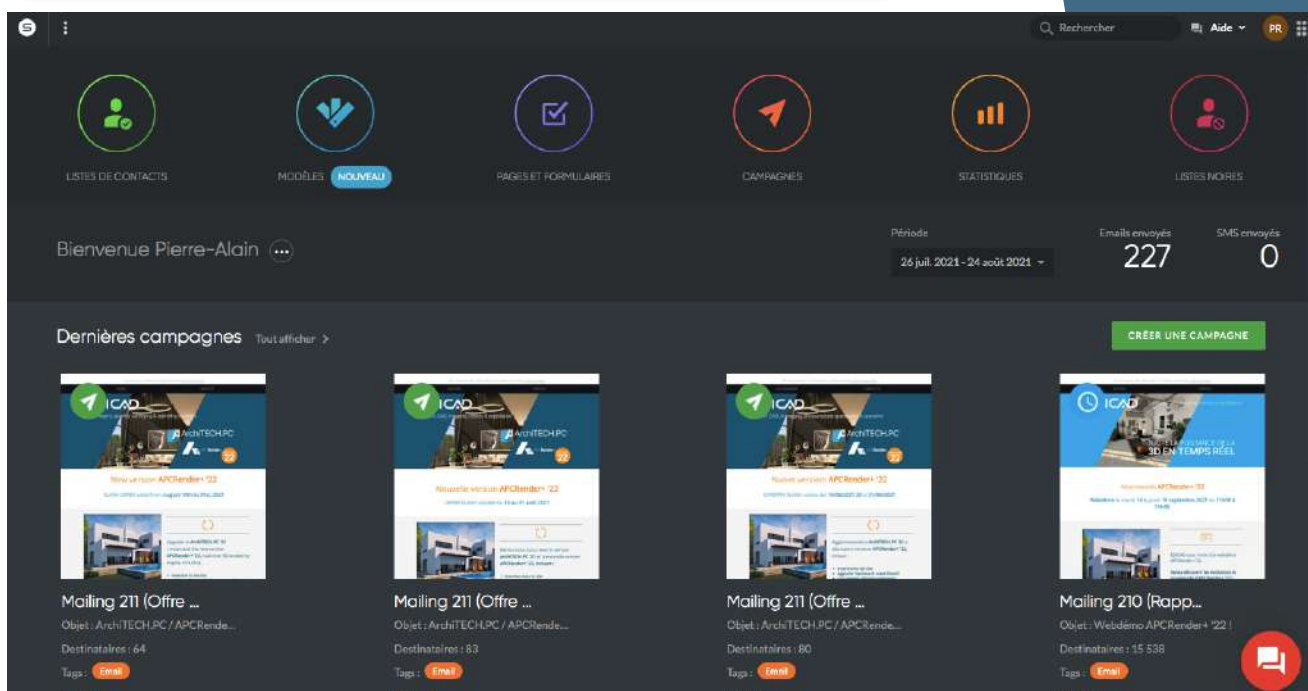
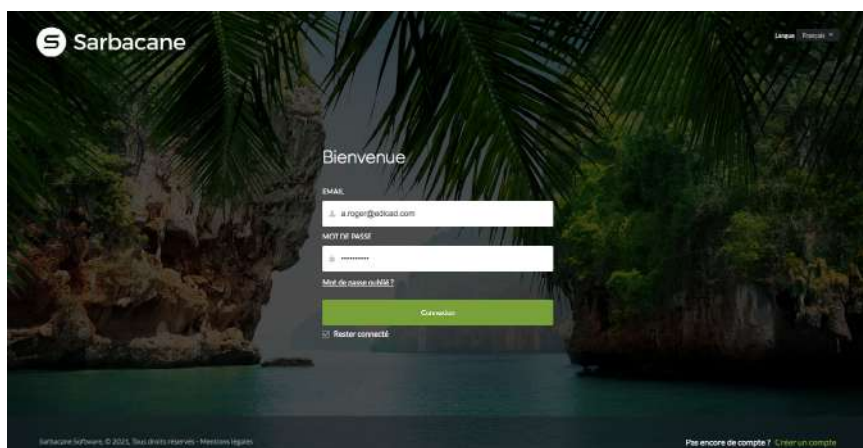
• COMMUNICATION INTERNE

La communication entre les différents services se fait au moyen de la boîte mail OUTLOOK ainsi que l'application TEAMS, dont le canal WE ARE EDICAD géré avec SharePoint. Ce canal est utilisé pour nos actualités internes ainsi que le partage de documents et d'informations. Je contribue à alimenter ce dernier.



• MAILING

Nous envoyons des mailings ciblés à nos clients et prospects, distributeurs, écoles (architecture & BTP). Ces mailings sont envoyés à raison d'une moyenne de 5 à 10 par mois et s'effectuent toujours dans le respect de la RGPD (possibilité aux destinataires de se désinscrire en bas de chaque mail) et la cohérence de notre image de marque.



• LOGICIELS d'EDICAD

Les logiciels actuellement développés par EDICAD se classent ainsi :

- les logiciels sur postes fixes : ArchiTECH.PC, KutchCAD et APCRender+
- APCSmart inaugurant la nouvelle suite de logiciels APCWeb ([p.18/19](#)).

C. CONTRAINTES

Notre charge de travail ayant évolué, une réorganisation du service Communication s'est imposée. En effet jusqu'en octobre 2020 nous étions deux personnes au service Communication ; un nouvel alternant a intégré l'équipe à compter de cette date. Une nouvelle répartition des tâches a été mise en place dans la logique des compétences de chacun, en établissant des règles de communication pour une bonne gestion du service, et un travail clairement défini : optimisation des travaux en commun, meilleure créativité de chacun.

L'évolution d'EDICAD et de ses logiciels conduit à une réévaluation constante de la communication ainsi que la mise au point d'une charte graphique de l'entreprise. Celle-ci a pour objectif un gain de temps considérable dans la recherche d'informations graphiques.

La gestion du projet exige de savoir s'adapter aux différentes tâches car notre service est en permanence sollicité pour de nouvelles urgences à traiter (communications soumises au dernier moment ou à modifier juste avant l'envoi, problèmes techniques inopinés concernant le site internet).

À cela s'ajoute le rythme de cours du CESI (une semaine par mois) qui interfère dans la production d'EDICAD ce qui accroît considérablement la quantité de projets différents à mener de front. Passer d'une tâche et d'un environnement à l'autre très rapidement exige un bon état d'esprit et une réelle disponibilité.



D. FORMULATION DU BESOIN

Comment acquérir des prospects* tout en combinant l'UX et la communication ?

Allier User eXperience à la communication permet de mieux comprendre ses utilisateurs et prospects, ce qui permet de créer du contenu adapté répondant aux demandes ; que ce contenu soit accessible (facilité à trouver l'information, qu'elle soit claire pour les personnes déficientes visuelles par ex.) ; et de ce fait, permettre l'acquisition de nouveaux clients.

**clients potentiels*

1.2 - Cadrage de la mission

A. ENJEUX & OBJECTIFS

Comme détaillé précédemment, les enjeux d'une bonne visibilité numérique pour EDICAD sont primordiaux puisque c'est son principal canal de communication, en dehors de celui des commerciaux et des distributeurs, pour vendre ses logiciels.

Une communication claire et efficace est donc importante : elle représente un enjeu majeur pour EDICAD.

B. OBJECTIFS FIXÉS, RÉSULTATS ATTENDUS, LIVRABLES

• OBJECTIFS FIXÉS

Générer une augmentation de notre audience sur les réseaux sociaux (+ deux réseaux à créer) et une augmentation du trafic sur notre site afin de fédérer et fidéliser les clients.

➡ Pour la page EDICAD, l'objectif du réseau principal est de passer de 403 abonnés LinkedIn en octobre 2020 à 500 abonnés en juin 2021.

➡ Pour la page EDICADSmart, l'objectif est de passer de 0 (création) à 120 abonnés en juin 2021.

En effet ce réseau de communication avec nos clients et prospects est considéré comme le principal. C'est aussi celui où les visiteurs sont le plus actif et s'abonnent (followers) donc plus facilement.

➡ Augmentation du trafic du site de 5% entre octobre 2020 et juin 2021, et ce grâce à la création de contenu de qualité ciblé.

L'augmentation de cette visibilité a pour but d'augmenter le nombre de nos prospects.

• RÉSULTATS ATTENDUS

Augmenter, fédérer et fidéliser notre clientèle, favoriser le partage et le bouche-à-oreille, augmenter notre crédibilité.

• LIVRABLES

Pages réseaux sociaux d'EDICADSmart à créer, étude UX à créer, plan de communication à organiser, contenus ciblés de qualité à produire, reporting à fournir.



E. PLAN DE MANAGEMENT

Pour la gestion de ce projet mes supports de travail sont :

- la roadmap ([p. 39](#)) qui résume les délais ainsi que le détail des tâches projet,
- le benchmark communication réalisé en janvier 2021 ([annexe 1](#)),
- le backlog projet ([p. 51](#)),
- les objectifs,
- le résultat de ma veille,
- les divers articles sur l'UX, notamment tournée sur la communication ([p. 93](#)),
- les anciennes plaquettes PDF de nos logiciels,
- par la suite, la charte graphique ([annexe 2](#)) et les reportings une fois qu'ils seront produits.



Le planning énoncé dans la roadmap sera bien sûr adaptatif puisque des tâches aussi nombreuses que variées nous arrivent régulièrement dans l'urgence. Nous travaillons donc en méthode Agile Scrum.

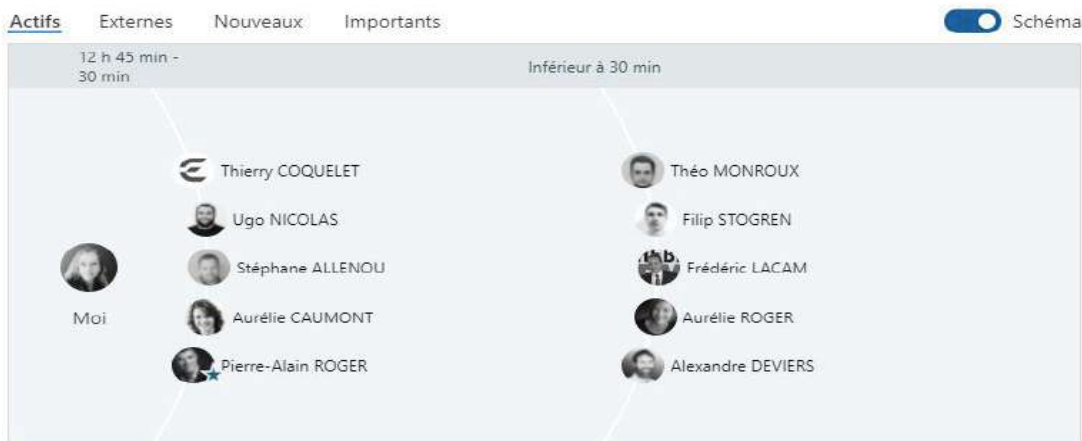
Scrum est une des méthodes de gestion de projet Agile. Son objectif est d'améliorer la productivité des équipes tout en permettant une optimisation grâce à des feedbacks réguliers. Les équipes se réunissent le plus souvent possible afin de vérifier que le projet avance correctement, toujours prêtes à réorienter ce dernier au fil de son avancement. C'est donc une approche dynamique et participative de la conduite du projet. Elle requiert :

- **Transparence** : tous les membres de l'équipe doivent avoir connaissance des informations relatives au projet ;

- **Inspection** : des évaluations régulières sont indispensables pour réadapter le projet si nécessaire ;

- **Adaptation** : la mise en œuvre de nouvelles mesures est nécessaire lorsqu'une inspection démontre des écarts sur les résultats mesurés.

Principaux collaborateurs ?



Les Outils de travail collaboratifs :

Nous travaillons principalement avec Teams, en conversation instantanée et en partages d'écrans sur un module du projet.



QUI ?

- *Moi, en équipe avec mon tuteur, Thierry COQUELET, et mon collègue Ugo NICOLAS.*
- *Commerciaux d'EDICAD, Frédéric LACAM, Aurélie Caumont et Richard GAUDICHEAU.*
- *CEO EDICAD, Pierre-Alain ROGER.*

QUOI ?

- *Mise en place stratégie de communication.*
- *Analyse UX pour identifier et comprendre sa cible.*

OÙ ?

- *En télétravail.*
- *En présentiel, à Cahors lors des séminaires (siège social)*

QUAND ?

- *Pendant mon année d'alternance, du 05 octobre 2020 au 01 octobre 2021.*

COMMENT ?

- *Recherches UX.*
- *Échanges avec les parties prenantes.*
- *Création nouvelle charte graphique.*
- *Identification canaux de com.*
- *SEM (Search Engine Marketing)*

POURQUOI ?

- *La communication digitale est le principal canal de communication d'EDICAD.*
- *Il est donc primordial de connaître sa cible et de bien communiquer.*

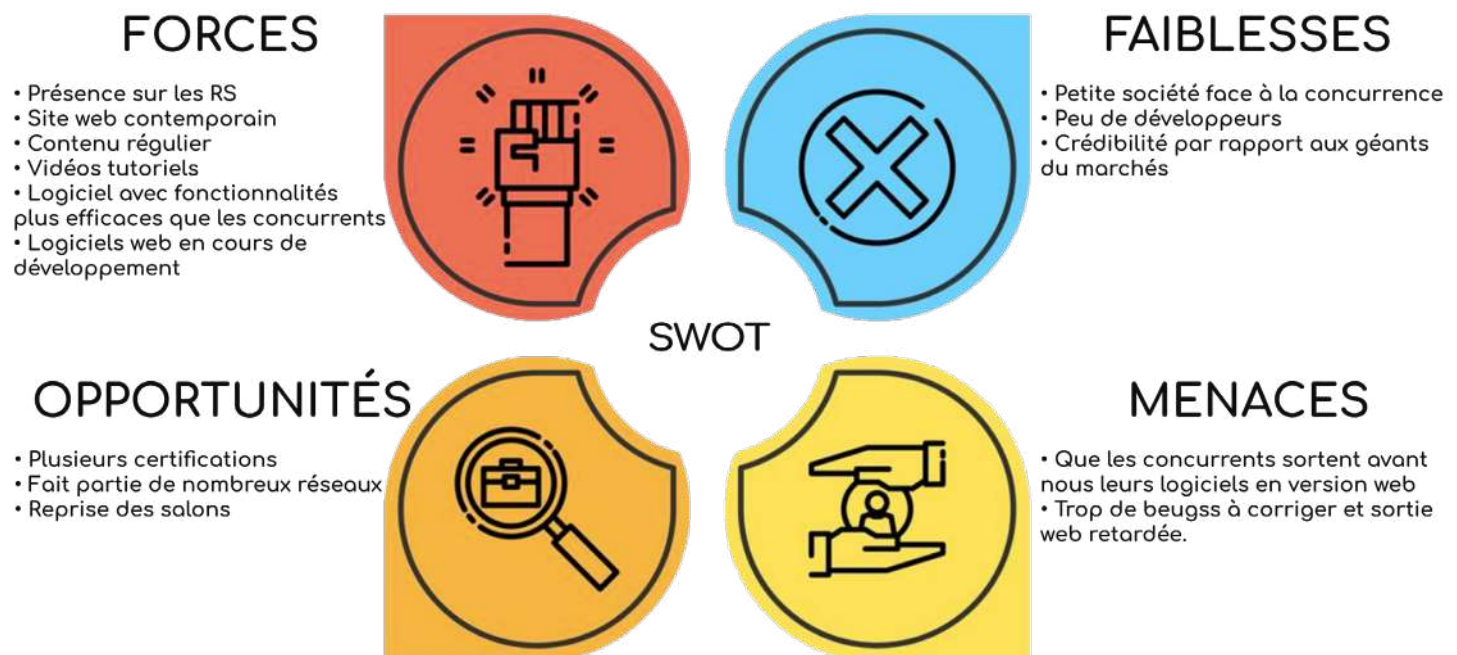
• ANALYSE CRITIQUE

RISQUES	CAUSES	CONSÉQUENCES
<i>Erreur de ciblage</i>	Mauvaise connaissance de nos utilisateurs / clients	Discours non/mal adapté. Le message ne passe pas.
<i>Contenu non/mal adapté</i>	Persona non réalisé	La communication ne concerne pas notre coeur de cible et donc n'aboutit pas à une conversion
<i>Besoin client mal compris</i>	Mauvaise écoute et observation des retours.	Client désengagé.

Une connaissance erronée de l'audience et de ses attentes amène à utiliser des méthodes non-adaptées pour communiquer avec ses utilisateurs, ce qui rendra compliquée l'interaction entre les deux parties. L'étude de ses utilisateurs/clients/prospects est indispensable pour la bonne compréhension et appréhension de la communication à mener.

C'est là que les méthodes d'UX Design entrent en jeu et apportent différents outils pour comprendre pleinement qui sont nos utilisateurs, à quel moment interagir avec eux et qu'elles sont leurs attentes. Lors de ce projet je vais donc utiliser plusieurs outils afin de parer aux risques identifiés ci-dessus.

J'ai également réalisé un SWOT afin de préciser les objectifs du projet et d'identifier les facteurs internes et externes favorables et défavorables à la réalisation de ces objectifs.

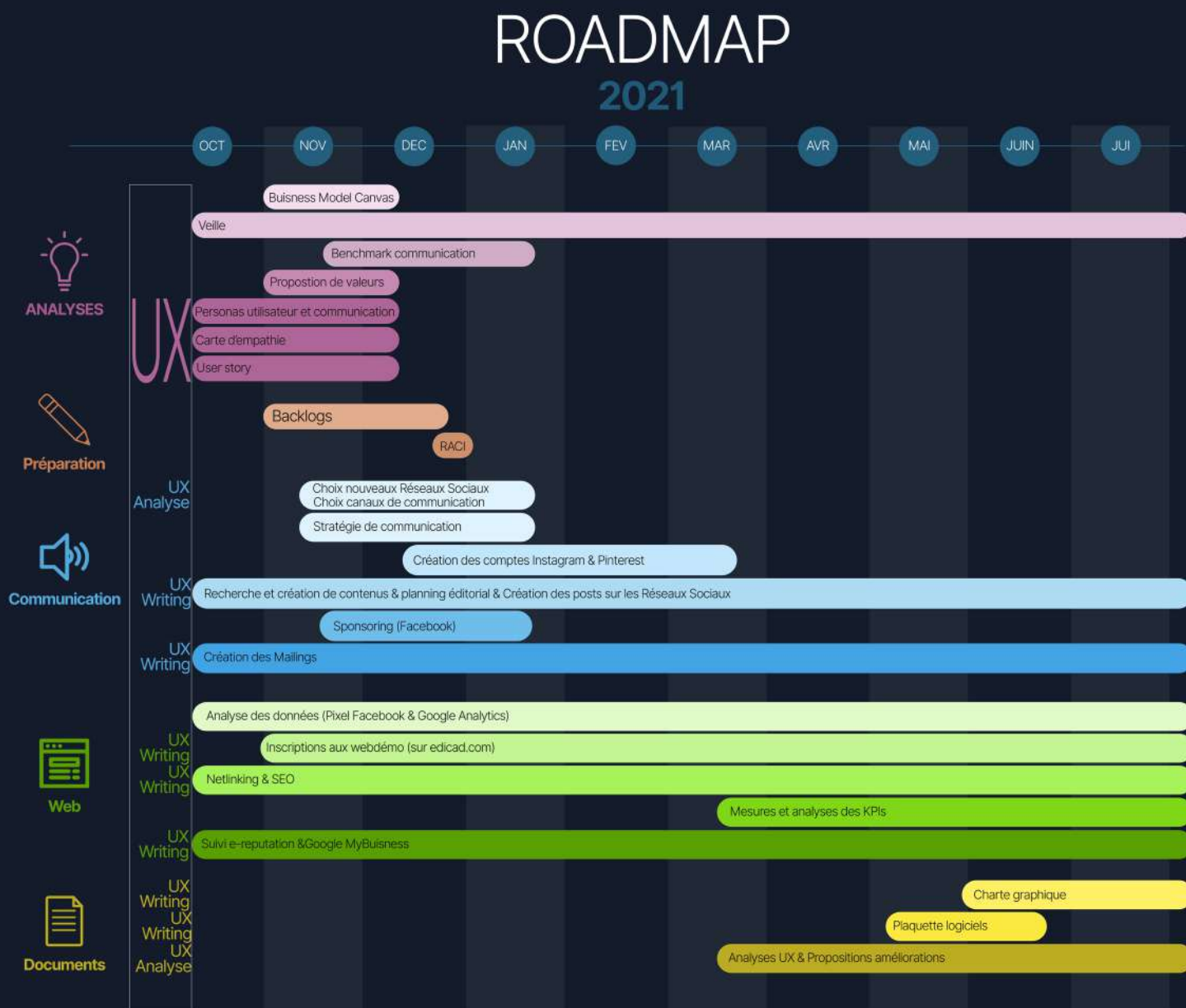


E.1. Critères d'évaluation du projet / KPIs

- Augmentation de l'audience sur les réseaux sociaux, mesurable grâce aux outils de reporting des réseaux sociaux et de l'analyse des données,
- Augmentation du trafic sur le site et diminution du taux de rebond, mesurable grâce l'analyse des données pour notre site, via Google Analytics, les pixels Facebook et le back-office,
- Augmentation du partage sur les réseaux (fédérer et fidéliser les clients/prospects), grâce à la création de contenu de qualité et varié, mesurable via les graphiques, chiffres et analyses propres à chaque réseaux.

E.2. Planning

Au démarrage du projet, j'ai réalisé une roadmap représentant les tâches à réaliser dans le temps, afin d'organiser au mieux l'évolution de mon projet.



E.3. Coûts

Il est assez difficile de calculer les coûts, puisque tout est réalisé au sein du service Communication interne à EDICAD. Aucune facturation de nos travaux n'est donc établie pour EDICAD.

Néanmoins pour ce projet on peut lister : mon salaire brut annuel (hors aides d'état) ; le coût de certains plugins du site (fonctionnalités) ; quelques campagnes Facebook Ad menées en début d'année ; l'envoi régulier de mailings ; l'abonnement aux produits Adobe.

Salaire	Plugins	Facebook Ad	Mailings	Adobe
1 559 €/mois	63 €/an (plugin Events Manager Pro)	83 € (3 mises en avant de publication)	1 930 €/an (nom de domaine + Recharge crédit)	69,99 €/mois



Plugin
WordPress
«Events
Manager Pro»

Gestionnaire d'événements Pro

Cadre de gestion d'événements

Forums d'assistance professionnelle

Toutes les fonctionnalités et modules complémentaires Premium

1 an de mises à jour et d'assistance professionnelle

75 \$ 1 emplacement

Interactions avec la publication

Cette résidence privée a été conçue par Architectura C...

4 127 Couverture 370 Interactions avec la publication 10,00 € Dépenses : 10,00 €

Terminée • Créée par Luc Legrande [Afficher les résultats](#)

Visiteurs sur un site web

Découvrez APCRendevu, logiciel de visualisation 3D en L...

14 752 Couverture 301 Clics sur un lien 63,00 € Dépense de 5,10 € par jour

Terminée • Créée par Luc Legrande [Afficher les résultats](#)

Interactions avec la publication

Voici un exemple de projet réalisé avec APCRendevu, la...

6 526 Couverture 842 Interactions avec la publication 10,00 € Dépenses : 10,00 €



Facebook Ad

Coordonnées Offres Notifications Paiement Factures **Consommation**

Campagnes Email Campagnes SMS

01 janv. 2021 - 09 juil. 2021 Tags 1 utilisateur Q. Filtrer

Crédits Emails consommés 121 171 Crédits Sms consommés 0

Sarbacane

SAS Sarbacane Software
3, avenue Antoine Pinay
Parc d'Activités des 4 Vents
59510 HEM
Tél: +33 (0) 328 328 000
Fax: +33 (0) 328 328 001
TVA Intracom: FR65 509 568 598
SIRET: 509 568 598 00015

Facture

Référence facture : T_21062051
Date : 09/06/2021
Référence commande : WebOnline_1611784
Mode de règlement :
N° de client : 20026880

Adresse de facturation
EDICAD SAS
M. Pierre-Alain ROGER
31 rue des Pinsons
46000 CAHORS
FRANCE

Référence	Désignation	Quantité	PU HT	Montant HT
SRFRDOM	Nom de domaine	1	19,00 EUR	19,00 EUR
	Total HT :			19,00 EUR
	TVA (20%) :			3,80 EUR
	Total TTC :			22,80 EUR
	Montant réglé :			22,80 EUR
	Net à payer :			0,00 EUR

Référence à rappeler obligatoirement lors de tout contact : WebOnline_1611784

Sarbacane

SAS Sarbacane Software
3, avenue Antoine Pinay
Parc d'Activités des 4 Vents
59510 HEM
Tél: +33 (0) 328 328 000
Fax: +33 (0) 328 328 001
TVA Intracom: FR65 509 568 598
SIRET: 509 568 598 00015

Facture

Référence facture : T_2102130
Date : 18/02/2021
Référence commande : ComOnline_1591107
Mode de règlement :
Délai de règlement :
N° de client : 20026880

Adresse de facturation
EDICAD SAS
M. Pierre-Alain ROGER
31 rue des Pinsons
46000 CAHORS
FRANCE

Référence	Désignation	Quantité	PU HT	Montant HT
SRFHESSL	Offre Essential (600 000 emails / an) Cet abonnement inclut : - une assistance par téléphone, email et chat - les fonctionnalités Essential et les mises à jour de l'application jusqu'à 600 000 emails/an (1 crédit = 1 email, jusqu'à 195 Ko) L'abonnement sera renouvelé automatiquement chaque année. Prochain renouvellement le 18/02/2022	1	1,788,00 EUR	1,788,00 EUR
	Remise HT :			-196,68 EUR
	Total HT :			1,591,32 EUR
	TVA (20%) :			318,26 EUR
	Total TTC :			1,909,58 EUR
	Montant réglé :			1,909,58 EUR
	Net à payer :			0,00 EUR

Référence à rappeler obligatoirement lors de tout contact : ComOnline_1591107

2 - RÉALISATION DU PROJET

Dans un souci d'organisation et de priorisation, j'ai découpé la roadmap en étapes.



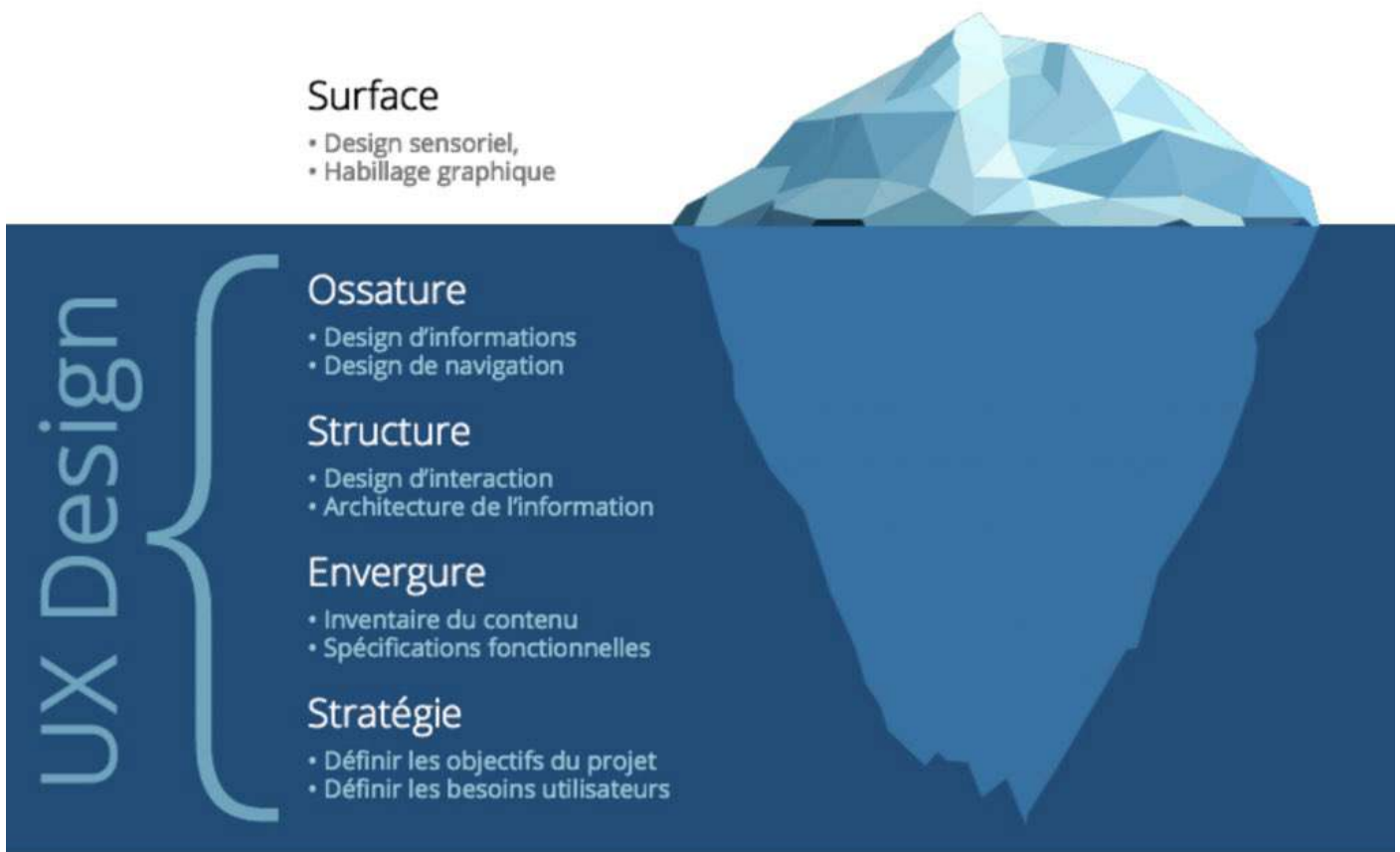
Mais au fait... l'UX Design, qu'est-ce que c'est ?

L'UX Design (User eXperience Design) signifie **design de l'expérience utilisateur**. L'UX englobe l'ensemble des **émotions** que les utilisateurs d'une plateforme vont ressentir. Cette plateforme peut être un site web ou une application mobile entre autres.

L'expérience utilisateur est un ensemble d'éléments (graphiques, contenus, organisation, interactions...) permettant de rendre une interface **intuitive**, facile d'utilisation, rapide, agréable, pratique, utile, fiable, accessible etc.

L'objectif de l'UX Design est donc de **déterminer le fonctionnement** de l'interface utilisateur et de la rendre la plus efficace possible. L'UX Design permet d'accroître la satisfaction de l'utilisateur en faisant coïncider les besoins de l'entreprise et ceux des utilisateurs finaux.

Il nécessite en amont tout un travail d'analyse de sa cible, de ses besoins et de son environnement afin d'obtenir un produit en adéquation entre le besoin utilisateur et ce que peut apporter l'entreprise.



... Et l'UX Writing ?

L'UX Writing est la **rédaction de textes** pour l'interface utilisateur (UI) de produits numériques afin de créer une meilleure expérience utilisateur. L'UX Writer travaille avec l'UX Designer pour **comprendre les utilisateurs finaux**.

L'UX Writing consiste à **rédiger le contenu textuel afin de rendre la navigation fluide et aider l'utilisateur à atteindre ses objectifs**. Les phrases et la syntaxe doivent prendre en considération la "voix" et le "ton" de l'entreprise ("Tone of Voice"). L'ensemble agit sur la conversion.



2.1 - Description de la réalisation

Étape 1

BUSINESS MODEL CANVAS

Le Business Model CANVAS est un outil qui sert à dresser un **état des lieux du modèle économique** d'une entreprise. Ce modèle offre une **vue globale** sur l'ensemble des actions à effectuer, notamment la description du **produit ou service à proposer**, la détermination de l'état financier de l'entreprise, la mise en place de la communication et de la stratégie marketing. Il est possible de se faire une idée du produit à concevoir ou du service à proposer en tenant compte de leur utilité, et par conséquent de la communication à mener.

Buisness Model Canvas

Réalisé par Virginie BODET

Pour EDICAD

Le 09/11/2021

Partenaires-Clés

- Distributeurs
- Éditeurs partenaires
- Organismes Certifiants

Activités-Clés

- Éditeur de logiciels CAO/DAO, RELEVÉS, DEVIS & MÉTRÉS

Ressources-Clés

- Équipes
- Bureaux (location & propriétaire à partir de janvier 2022)
- Véhicules commerciaux
- Matériels informatiques (PCs & Serveurs)

Proposition de valeur



- Société à l'écoute de ses clients, réactive à leurs demandes et s'adaptant au marché en offrant des solutions web.

Relations avec le client

- Réseaux Sociaux
- Formations (présentiel & distanciel)
- Commerciaux
- Accueil & Secrétariat
- SAV
- E-mailings
- Enquêtes

Canaux de distribution

- Web
- Commerciaux
- Formateurs
- Services postaux

Segments de Clientèle



- B to B (Métiers du bâtiment)

Structure des coûts

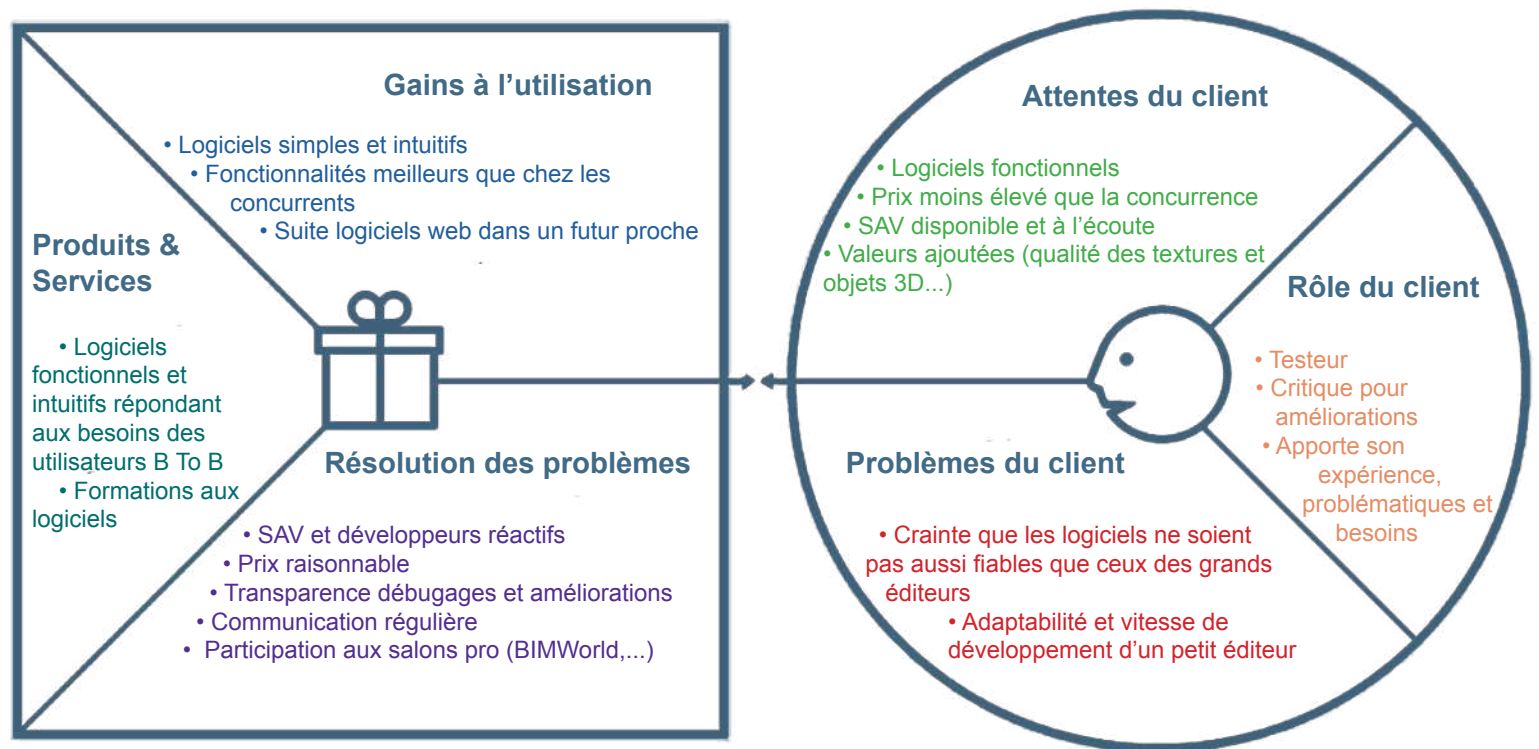
- Carburant & entretien véhicules
- Prêt immobilier à partir de janvier 2022
- Hébergement web
- Contrats logiciels

Sources de revenus

- Vente des logiciels
- Formations
- Vente Pack Services

PROPOSITION DE VALEUR

La **proposition de valeur** est comme un plug-in pour la matrice «Business model canvas». Elle fait un **zoom sur les blocs de la proposition de valeur et du segment de la clientèle** afin de décrire plus explicitement les interactions entre les consommateurs et les produits. Cela permet de maintenir les choses simples en donnant une vue d'ensemble du modèle d'affaires et l'image détaillée de l'**adéquation produit / marché**.



Pour communiquer efficacement avec le client et le convaincre, il est important de déterminer une **proposition de valeur unique, claire, permettant de différencier le produit ou le service**. C'est un concept indispensable à toute approche marketing bien construite. Si le message est clair et si les besoins ont été rigoureusement identifiés, le prospect peut alors être transformé en client.

Le «Business Model Canvas» allié à la «Proposition de valeur» permet de poser clairement le concept de la société. En résumé la proposition de valeur d'EDICAD :

EDICAD est une société à l'écoute de ses clients et réactive à leurs demandes afin de leur apporter des logiciels répondant à leurs besoins.



☒ Marquer tout

PERSONA

Afin de mieux comprendre notre cible j'ai déterminé différentes **personas**. À savoir, le **cœur de cible** (cibles utilisateurs), les **cibles marketing**, ainsi que les **cibles de communication**. Identifier et définir nos personas permet de comprendre le comportement de nos clients et potentiels prospects sur les canaux digitaux.

Notre **cœur de cibles** sont les architectes et maîtres d'oeuvres ([annexe 3 et 4](#)) :



CAMILLE

Architecte

PROFIL

- 30 - 65 ans
- 36k - 72k
- Mariée avec enfant

Je suis passionnée par mon métier, et suis actuellement à la recherche de matériaux originaux pour un nouveau projet.

PARCOURS UTILISATEUR

- Recherche et sélectionne des produits originaux et des réalisations effectuées avec ces produits.
- Découvre les services d'EDICAD en ligne destinés aux pros.
- Accède aux documents mis à disposition en téléchargement.
- Consulte les réalisations et s'en sert comme support auprès des prospects.

OBJECTIF

- Utiliser un logiciel intuitif ou visuel 3D réaliste.
- Utiliser des outils de calcul et de visualisation mis à disposition sur le web.
- Télécharger des documents (BIM, brochures, catalogues,...)

QUESTION

- Qu'est-ce qui différencie EDICAD des autres éditeurs ?
- Comment puis-je entrer en contact avec EDICAD ?
- Leurs logiciels sont-ils à la hauteur ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.



GUILLAUME

Maître d'œuvre

PROFIL

- 30 - 60 ans
- 40k - 55k
- Mariée avec enfants

J'aime piloter des projets, les phases de recette et répondre positivement aux attentes du maître d'ouvrage.

PARCOURS UTILISATEUR

- Se tient au courant des dernières normes et lois dans son domaine de compétence.
- Prescripteurs, ils recherchent en ligne des informations sur les produits et la réglementation.

OBJECTIF

- Utiliser un logiciel intuitif lui permettant d'utiliser le BIM et de pouvoir partager les documents nécessaires avec tous les acteurs du bâtiment.
- Principales utilisations du logiciel est la communication et l'échange d'informations et documents ainsi que le calcul des métrés et devis.

QUESTION

- Es-ce que les logiciels d'EDICAD sont BIM ?
- Quel est le coût de leurs logiciels ?
- Le SAV est-il réactif en cas de problème ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.

Nos **cibles marketing** (cœur de cible + population ciblée par l'activité de l'entreprise) sont, en plus du cœur de cible, les constructeurs de maisons individuelles, les économistes et les artisans du bâtiment ([annexe 5 et 6](#)) :



SABINE

Constructeur de maisons individuelles

PROFIL

- 30 - 60 ans
- 20k - 120k
- Célibataire

Les constructeurs sont des ensembles de la construction, car ils doivent réunir de nombreuses compétences juridiques, financières, de gestion et de management.

PARCOURS UTILISATEUR

- Recherche et sélectionne des produits originaux.
- Recherche d'artisans qualifiés.
- Se tient au courant des tendances.
- Surveille l'actualité juridique dans le domaine de l'immobilier.

OBJECTIF

- Utiliser un logiciel intuitif au visuel 3D réaliste.
- Utiliser des outils photoréaliste pour faciliter les démarches administratives.
- Réalisation de maquette réalistes pour les clients.

QUESTION

- Qu'est-ce qui différencie EDICAD des autres éditeurs ?
- Comment puis-je entrer en contact avec EDICAD ?
- Leurs logiciels sont-ils à la hauteur ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Possède un ordinateur personnel et un smartphone.



NICOLAS

Artisan du bâtiment

PROFIL

- 25 - 55 ans
- 35k - 45k
- Mariée

Être artisan, c'est plus qu'un métier, c'est une passion !

PARCOURS UTILISATEUR

- Cherche les nouvelles tendances et techniques.
- Se renseigne sur les machines et outillages nécessaires à son métier.
- Surveille les derniers arrivages de matériaux.

OBJECTIF

- Utiliser un logiciel intuitif lui permettant d'utiliser le BIM.
- Que le logiciel utilisé calcule automatiquement la quantité de matériaux nécessaires, à partir des plans fournis.

QUESTION

- Quel est le coût de leurs logiciels ?
- Leurs logiciels sont-ils simple d'utilisation et fiable ?
- Vont-ils rapporter un gain de temps ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.

Nos **cibles de communication** (cœur de cible + cible marketing + publique intéressé) sont, en plus du cœur de cible, et de nos cibles marketing, le public pouvant être intéressé par nos solutions, ici les distributeurs de logiciels ainsi que des éditeurs partenaires ([annexe 7](#)) :



ALAIN

Distributeur

PROFIL

- 30 - 60 ans
- 35k - 90k
- Marié

Un bon distributeur de logiciel doit être disponible et à l'écoute des besoins du client, pour être de bon conseil.

PARCOURS UTILISATEUR

- Recherche et sélectionne les nouveaux logiciels pouvant intéresser ses clients.
- Découvre de nouveaux produits et leur utilisation.
- Accède aux documents mis à disposition en téléchargement.
- Se former sur les logiciels vendus.

OBJECTIF

- Trouver des logiciels qui répondent à la demande.
- Savoir utiliser les logiciels vendus.
- Être de bon conseil et avoir des logiciels de qualité.

QUESTION

- Qu'est-ce qui différencie EDICAD des autres éditeurs ?
- Comment puis-je entrer en contact avec EDICAD ?
- Leurs logiciels sont-ils à la hauteur ?

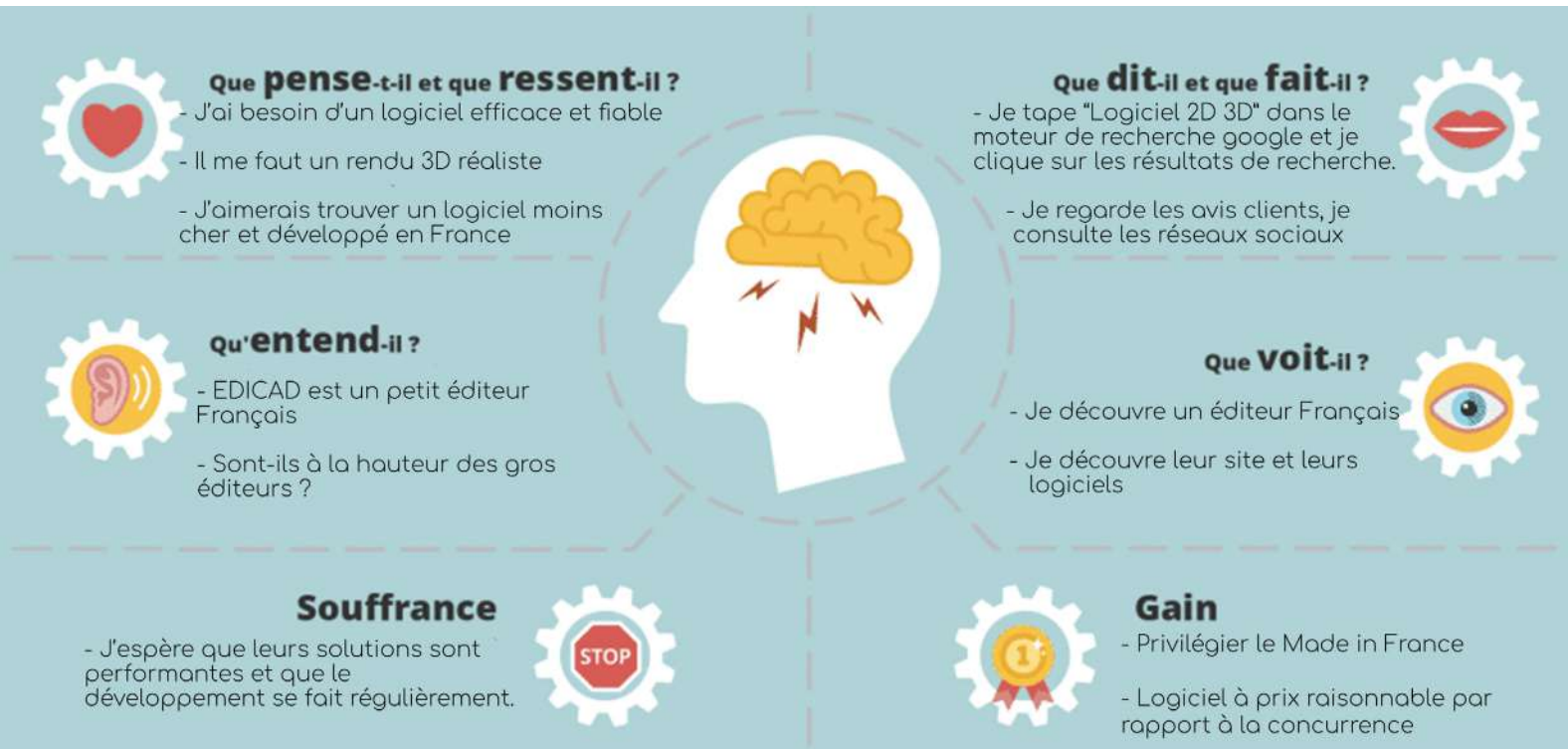
RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.

CARTE D'EMPATHIE

La **carte d'empathie** est utilisée par les UX Designers pour mieux comprendre leurs clients dans leurs comportements et usages d'un service. Elle permet de **structurer le profil** client grâce à une meilleure connaissance de leur environnement, de **leurs attentes et aspirations**. La finalité étant d'améliorer les points de contact entre le client et le service qu'il utilise afin de lui fournir la meilleure expérience possible.



USER STORY

Une User Story est une **description simple et compréhensible** d'une fonctionnalité ou d'une action de l'utilisateur que l'on cherche à comprendre afin d'y apporter des réponses (ou solution). Une User Story, est avant tout une **histoire** qui se raconte, crée la discussion et amène l'équipe à confirmer sa compréhension du besoin et point de contact avec l'utilisateur.

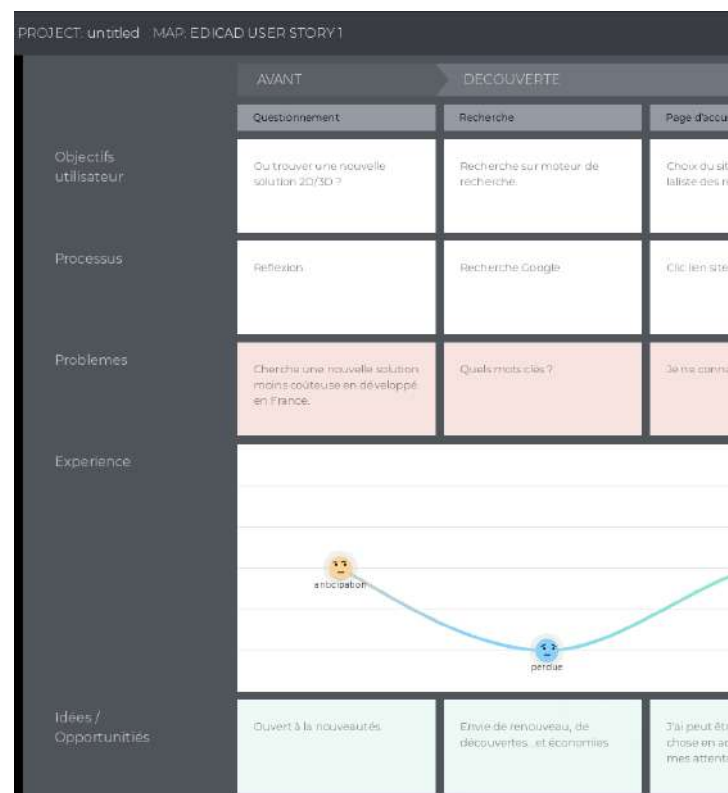
Une user story se compose :

D'un titre explicite, ici :

« **Un architecte voudrait changer de logiciel** ».

D'une phrase narrative structurée sous la forme « En tant que ... Je veux ... Afin de ... », ici :

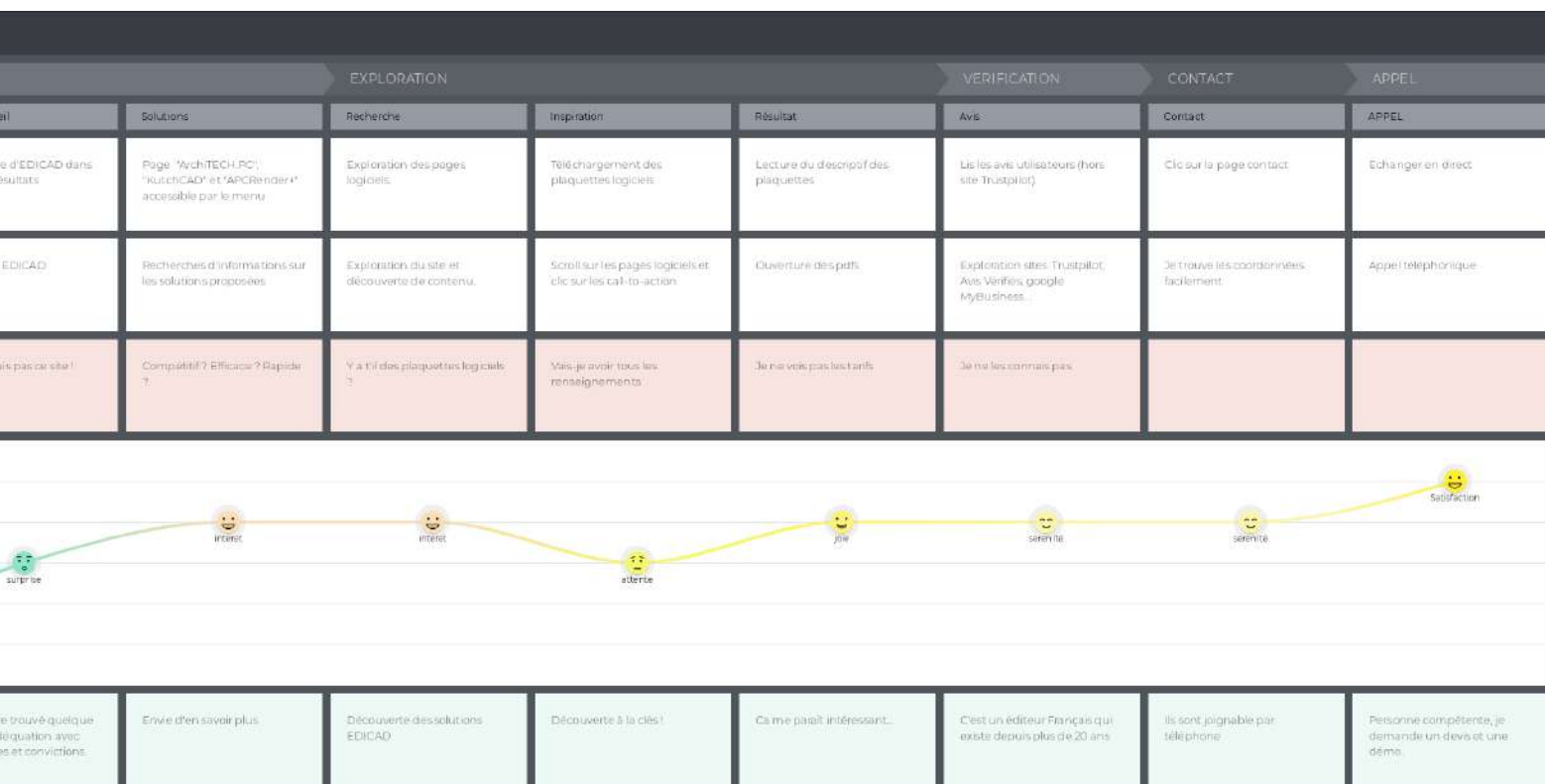
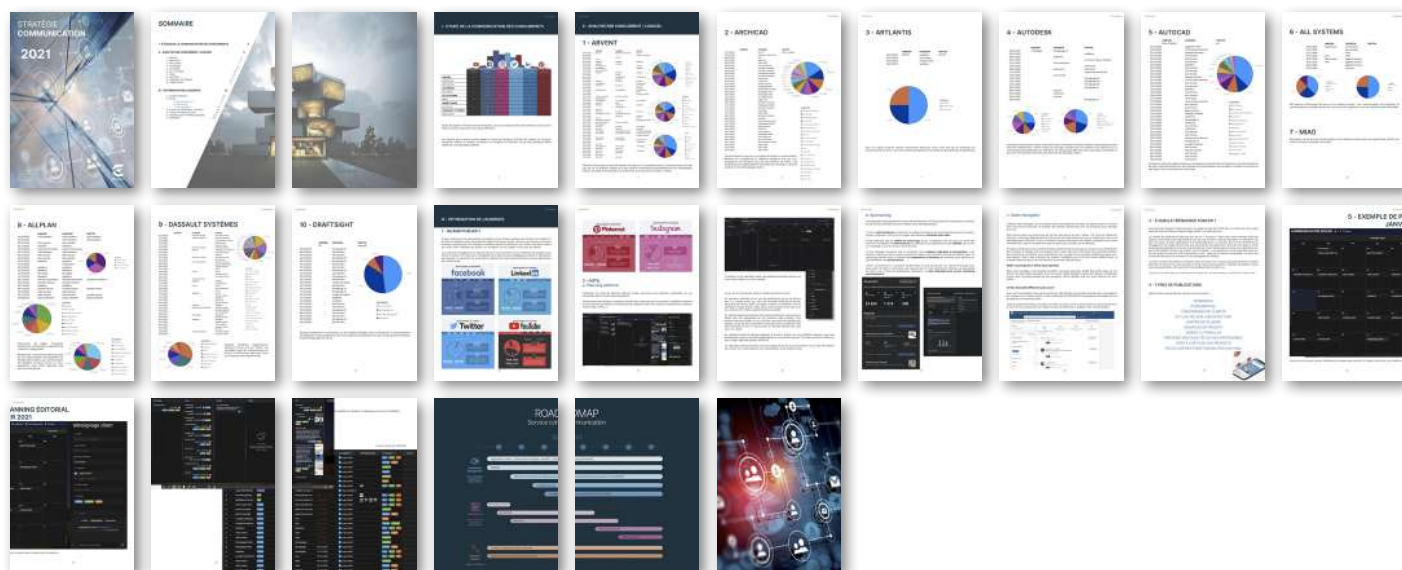
« **En tant qu'architecte je veux trouver un autre logiciel 2D/3D afin d'avoir quelque chose de performant au rendu réaliste et éventuellement développé en France.** »



BENCHMARK COMMUNICATION

J'ai également pris l'initiative de réaliser un **benchmark** ([annexe 1](#)) sur la **communication** de nos concurrents les plus importants, afin d'analyser leurs canaux de communication ainsi que leurs méthodes (quels réseaux, nombre et fréquence de publications, sujets abordés...).

En effet ce sont de gros éditeurs (même utilisateurs qu'EDICAD) bénéficiant de services de communication compétents. Il est intéressant d'**analyser leur façon de communiquer** pour la **comprendre**, voir ce qui fonctionne et comment adapter notre communication en conséquence afin de l'**améliorer**.



ANALYSE CRITIQUE

L'analyse critique a été développée [page 38](#) de ce rapport.

Étape 2

BACKLOGS

Le backlog est une **liste ordonnée** de choses à faire et à prioriser. Il recueille toutes les caractéristiques des **actions à mener**, il évolue et s'ajuste au fil des besoins. Il est un des éléments fondamentaux de la méthodologie Scrum.

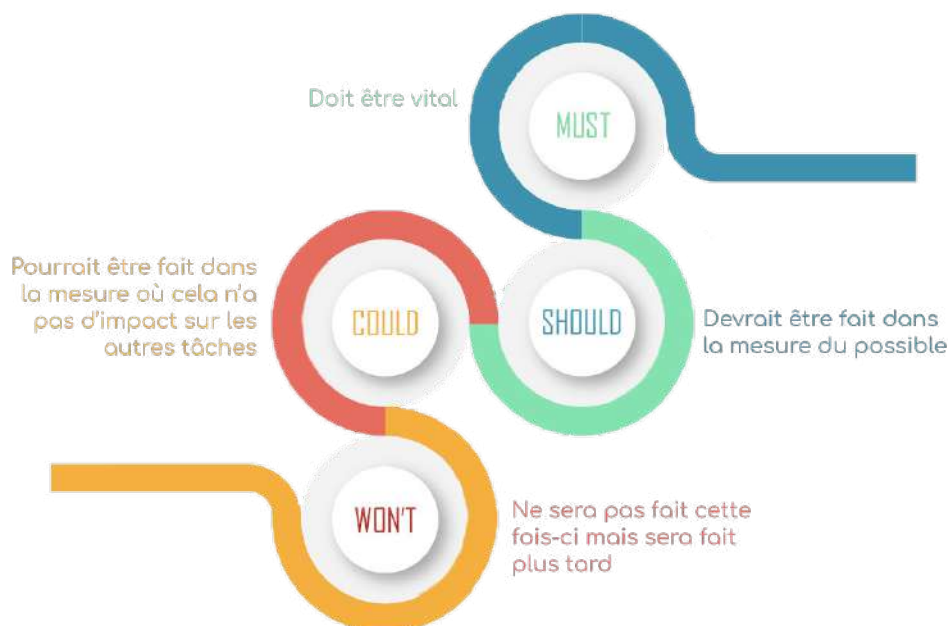
Notre backlog visualise donc toutes les tâches sur lesquelles l'équipe devra travailler pour mener à bien le projet. Pour cela j'ai collecté l'ensemble des besoins de nos futurs clients sous forme de liste de tâches à prioriser.

Pour réussir notre priorisation nous nous sommes posé les questions suivantes (User story) :

En tant que client je souhaite...

- *Trouver un logiciel 2D*
- *Trouver un logiciel 3D réaliste*
- *Trouver un éditeur sérieux*
- *Trouver un éditeur Français*
- *Trouver un logiciel fiable et professionnel à prix raisonnable*
- *Bénéficier d'un SAV réactif*
- *Pouvoir se former sur le logiciel*
- *Bénéficier facilement des mises à jour*
- *Travailler avec un éditeur dynamique*
- *Que l'équipe soit facilement joignable*
- *Trouver des tutoriels vidéos sur le net*
- *Avoir régulièrement des Web démos gratuites*
- *Trouver un partenaire de confiance*

Pour pouvoir prioriser ces tâches nous avons utilisé la matrice MSCW* :



* La méthode MoSCoW est une technique visant à prioriser des besoins ou des exigences en matière d'assistance à maîtrise d'ouvrage et de développement. L'objectif est que les parties prenantes s'accordent sur l'importance des tâches à réaliser par rapport aux délais prévus.

BACKLOGS COMMUNICATION

+	MUST	+	SHOULD	+	COULD	+	WON'T
	Plan de communication		Mise à jour IWS		Créer le compte Google My Buisness		Planning éditorial prévisionnel
	Mise en place inscription aux webdemos sur le site web		Gestion des notifications logiciels via wordpress		Mettre en place un pixel Facebook		Montage vidéo promotionnel
	Maintenance et mise à jour des sites web		Analyse trafic		Créer le compte Google Search Consol		Alimenter en contenu le site HELP
	Construire le nouveau site marchand		Création visuel pour le salon BIMWorld		Benchmark communication		
	Construire le nouveau site EDICADSmart		Créer le nouveau logo EDICAD Groupe		Analyse KPI		
	Créer les nouveaux logos logiciels		Etude et Analyse UX (persona, user story,...)		Interview clients		
	Envoyer régulièrement les e-mailings		Refondre le design des e-mailings		Créer une charte graphique		
	Alimenter régulièrement les réseaux sociaux				Créer des variantes des plaquettes logiciels		
					Créer une page Pinterest		
					Créer une page Instagram		

La matrice RACI est une matrice des **responsabilités**. Elle indique les **rôles et les responsabilités** des intervenants pour chaque processus ou activité. Elle donne une vision simple et claire de qui fait quoi dans le projet, en permettant d'éviter une redondance de rôles ou une dilution des responsabilités.

RACI au 31 juillet
2021

Matrice RACI

[Actions communication]

			NOMS											
			Thierry COQUELET	Virginie BODET	Ugo NICOLAS	Pierre-Alain ROGER	Aurélien ROGER	Aurélien CAUMONT	Frédéric LACAM	Richard GAUDICHEAU	Alexandre DEVIERS	Stéphane ALLENOU	David ROULLOIS	
Livrable ou tâche		Statut	Communication			Direction		Commercial			Développement			
ID	Phase 1													
T001	Maintenance et mise à jour des sites	En cours	I	R	R	I					C	C	C	
T002	Mises à jour IWS	En cours	P	R		C	A							
T003	Création site EDICADSmart	Terminé	A	C	R	A	I	I	I	I	S	S	S	
T004	Création site Site marchand	En cours	A	C	R	A	I	I	I	I	R	R	R	
T005	Analyse UX (persona, user story,...)	Terminé	C	R	I	I	I	C	C	C				
T006	Création de mailing	En cours	C	R	I	I	I	C	C	I				
T007	Mise en place inscription webdém	Terminé	A	R	I	A		A	A	I				
T008	Choix RS	Terminé	R	R	I	R	I	C	C	I				
T009	Veille	En cours	C	R	R	C		I	I					
T010	Alimenter RS	En cours	C	R		C	I	I	I	I				
Phase 2														
T011	Créer les nouveaux logos logiciels	Terminé	R	I	I	A	A	I	I	I	I	I	I	
T008	Créer le nouveau logo EDICADgroupe	Terminé	R	I	I	A	A	I	I	I	I	I	I	
T009	Benchmark communication	Terminé	A	R	I	I	I	I	I	I	I	I	I	
T010	Plan de communication	Terminé	A	R	I	I	I	C	C	I				
T010	Interviews client	Pas commencé	I	R	I	A	I	I	R	R				
T011	Planing éditorial prévisionnel	Pas commencé	A	R		I		I	I	I				
T017	Alimenter le site HELP	En cours	P	R	I	A		I	I	I				
Phase 3														
T018	Analyse du trafic (Google analytics)	En cours	A	R	I	I	I	I	I	I				
T014	Gestion des notifications logiciels	En cours	P	R	I	I		I	I	I	S			
T015	Refonte design mailing	Terminé	A	R	I	I	I	I	I	I				
T016	Analyses KPIs	En cours	A	R	I	I	I	I	I	I				
T017	Mise en place Pixel Facebook	Terminé	A	R	S	I								
T018	Création page Instagram	Terminé	A	R		A		I	I	I				
T024	Création page Pinterest	Terminé	A	R		A		I	I	I				
Phase 4														
T021	Création nouvelles plaquettes logiciels	Terminé	R	I	I	I	I	I	I	I				
T026	Création visuel BIMWorld	Terminé	R	I	R	A	I	I	I	I				
T022	Création des variantes plaquettes	Terminé	A	R	I									
T023	Création charte graphique	En cours	A	R	I	I	I	I	I	I				
T024	Création compte Google My Buisness	Terminé	A	R	I	I	I	I	I	I				
T025	Création compte Google Search Consol	Terminé	A	R	I									
T031	Etude et analyse UX	En cours	A	R	I	I	I	I	I	I				

R Réalisateur
A Approuvateur
C Consultant
I Informé

P Pilote
S Support

Réalise la tâche et est responsable de son achèvement
Approuve l'achèvement d'une tâche. Seulement 1 par tâche.
Conseille, intervient avant une décision ou une action.
Doit être informé après une décision ou une action.

Aide ceux qui sont responsables d'une tâche.
Fournit un support pendant la mise en œuvre.

Statut
Pas commencé
En cours
Terminé

Statut
Pas commencé
En cours
Terminé

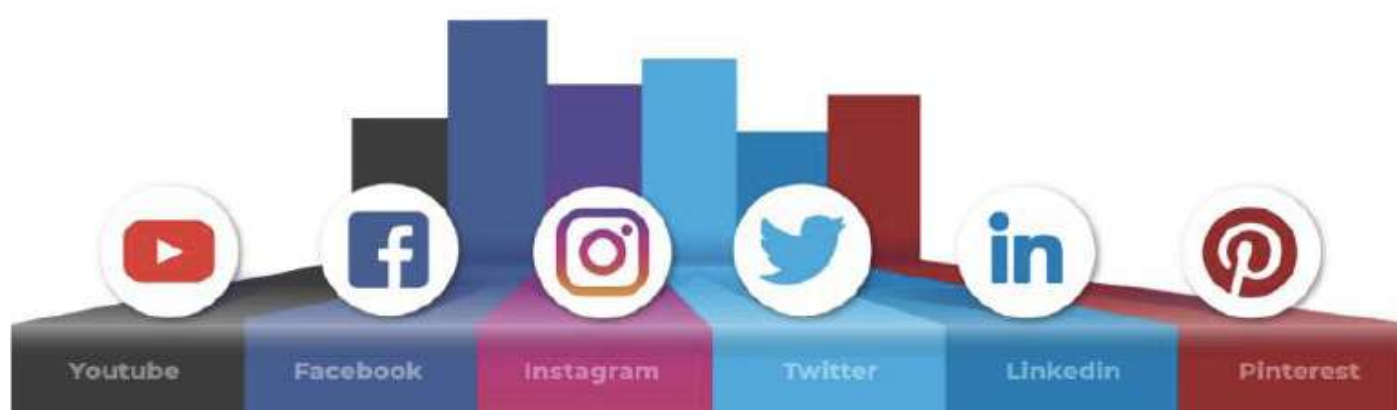
Étape 3

CHOIX DES RÉSEAUX SOCIAUX

Bien choisir les réseaux sociaux sur lesquels nous allons communiquer permet de :

- **Toucher sa cible.** Si l'on veut que notre message arrive jusqu'à nos clients et potentiels clients, il faut communiquer sur les réseaux qu'eux-mêmes utilisent.
- **Un gain de temps.** Inutile de perdre du temps à communiquer sur un réseaux où ne se trouve pas notre cible, en effet apporter du contenu de qualité est chronophage, ce n'est donc qu'une perte de temps d'utiliser un réseau ou le message n'a aucune chance d'atteindre sa cible.

Le benchmark sur la communication de nos concurrents nous à aidé à déterminer le choix des réseaux sur lesquels il était cohérent de communiquer :



Pourquoi ?



YouTube est un site web d'hébergement de vidéos et un média social sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos en streaming. Il nous permet d'héberger nos vidéos (webdemos, témoignages clients, tutoriels, teaser) afin de les rendre accessibles à nos utilisateurs, mais aussi non utilisateurs. Les vidéos affichées sur le site d'EDICAD sont hébergées sur YouTube.



Facebook est un réseau social en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et documents, d'échanger des messages, joindre et créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications sur une variété d'appareils. En étant sur ce réseau nous touchons un très large panel de personnes. Notre cible est possiblement sur ce réseau le weekend.



Instagram est une application, un réseau social et un service de partage de photos et de vidéos. Étant un réseau qui met en avant les beaux visuels, nous avons décidé de l'alimenter à partir du moment où notre logiciel de rendu 3D est de qualité. Ce réseau est plus utilisé par un public de 18 à 35 ans.



Twitter est un réseau social de microblogage géré par l'entreprise Twitter Inc. Il permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement des micromessages, appelés tweets ou gazouillis, sur internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Nos utilisateurs sont assez présents sur ce réseau, tout comme nos concurrents.



LinkedIn est une plateforme en ligne qui met en relation les professionnels du monde entier. LinkedIn est une véritable vitrine professionnelle pour nous. La plupart des professionnels (du bâtiment en ce qui nous concerne) sont présents sur le réseau, notamment dans la journée.



Pinterest est un site web américain mélangeant les concepts de réseautage social et de partage de photographies. Il permet à ses utilisateurs de partager leurs centres d'intérêt et passions à travers des albums de photographies glanées sur Internet. nous avons décidé de l'alimenter à partir du moment où notre logiciel de rendu 3D est de qualité.

Nous sommes déjà présents sur les réseaux LinkedIn, Facebook, Twitter et YouTube. Nous avons décidé d'alimenter Pinterest et Instagram à partir du moment où nous avons de beaux rendus 3D réalistes, grâce à notre nouveau logiciel APCRender+, étant donné que ce sont deux réseaux sociaux axés sur les beaux visuels. La tactique d'acquisition est intéressante, puisque chacun d'entre nous est en veille constante. La vraie réussite d'une stratégie de social média est de réussir à construire et à fédérer une communauté.

CHOIX DES CANAUX DE COMMUNICATION

Pour faire passer une information, une entreprise diffuse son message au travers d'un canal de communication choisi en fonction des **objectifs** et de la **cible**. Ces canaux sont classés en deux grandes catégories distinctes : les **médias** (presse écrite, radio, télévision) et les **hors médias** (catalogue, site web, publicité).

Pour ce qui concerne EDICAD il est essentiel de se positionner sur les canaux que nos utilisateurs sont susceptibles d'utiliser :

MÉDIAS

Presse
Télévision

HORS MÉDIAS

Archi+
Sites internet EDICAD & EDICADSmart
Blogs
Sites distributeurs
Éditeurs partenaires
Réseaux Sociaux
Google My Business
Salons
E-mailings
Webdemos

PRESSE

EDICAD apparaît occasionnellement dans la presse papier régionale.

Ci-contre, la **Dépêche du Midi** parle des Septuors pour lequel EDICAD a remporté un prix (innovation & économie). <https://septuors.fr>

<https://www.mecanicvallee.com/figeac-les-septuors-recompensent-neuf-entreprises-du-lot/>

Mais aussi : <https://www.ladepeche.fr/2019/11/30/edicad-a-cahors-20-de-croissance-et-des-embauches.8572971.php>

<https://www.ladepeche.fr/2020/02/09/contre-les-inegalites-a-lembauche.8720373.php>



TÉLÉVISION



EDICAD a été invitée à participer à l'émission **l'Hebdo des PME** sur **BFMtv**.

https://www.youtube.com/watch?v=e5DfoA8UEH4&ab_channel=EDICADChannel

ARCHI+

ARCHI+ est une revue diffusée à Toulouse et les départements limitrophes. Celle-ci est un portfolio architectural offrant un carnet d'adresses des artisans et entreprises du bâtiment. Le siège social d'EDICAD se trouvant à Cahors, nous avons y sommes mentionnés.

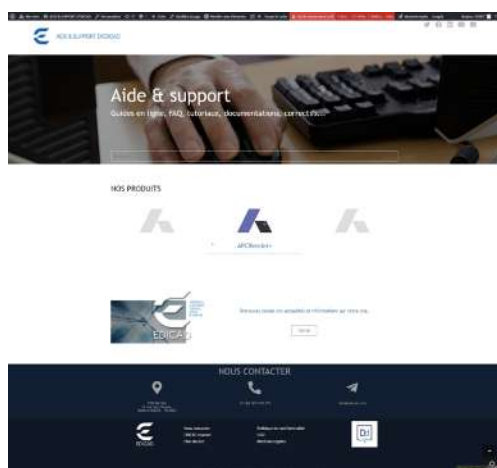


EDICAD présente
dans **ARCHI+** tome 7

commandez-le !

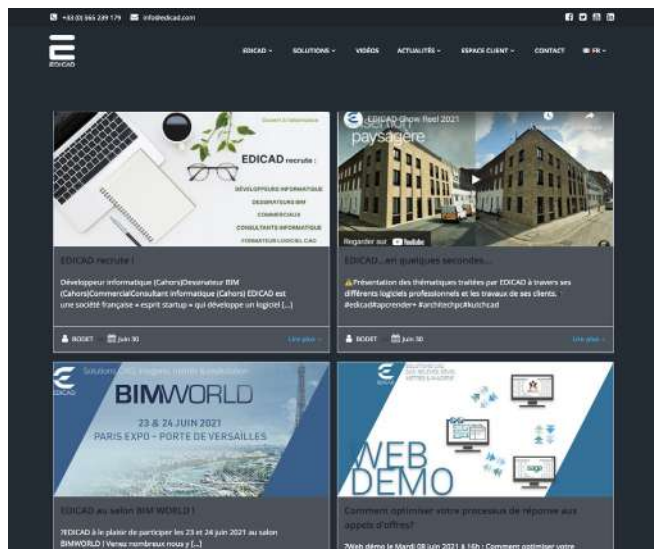
SITES INTERNET

Comme présenté dans le diagnostic de l'existant (p. 32), EDICAD a actuellement deux sites internet : [EDICAD](#) [EDICADSmart](#). Il est essentiel pour un éditeur de logiciels d'être visible sur internet grâce à ses sites vitrines. Deux autres sites sont en cours de développement, EDICADStore (e-commerce) afin de permettre aux utilisateurs d'acheter et télécharger des bibliothèques d'objets 3D et matériaux, et EDICADHelp (aide & tutoriels) pour centraliser les mises à jour ainsi que les fiches pratiques et tutoriels des logiciels.



BLOGS

Les deux sites internet d'EDICAD présentent une partie blog. Cela permet d'améliorer notre visibilité sur les moteurs de recherche, nos prospects auront donc plus de facilité à trouver nos sites. Un blog n'est pas uniquement un support de communication, il peut aussi être un levier commercial pour notre entreprise.



SITES DISTRIBUTEURS

EDICAD est également présent sur les sites internet de ses distributeurs, permettant une plus grande visibilité et notoriété. En effet la plupart de nos distributeurs ont un site internet et/ou pignon sur rue.

ÉDITEURS PARTENAIRES

Il en est de même pour nos éditeurs partenaires, qui sont des éditeurs de logiciels travaillant en partenariat avec EDICAD, afin de rendre comptatibles les logiciels entre eux. Il y a donc partage de web démo, de communication et de liens (netlinking) réciproques. Cela nous apporte crédibilité et visibilité.

codial

ebp
SOLUTIONS DE GESTION

sage

SPIGAO
Une solution EDISYS

UNIGINE

Placo
SAINT-GOBAIN

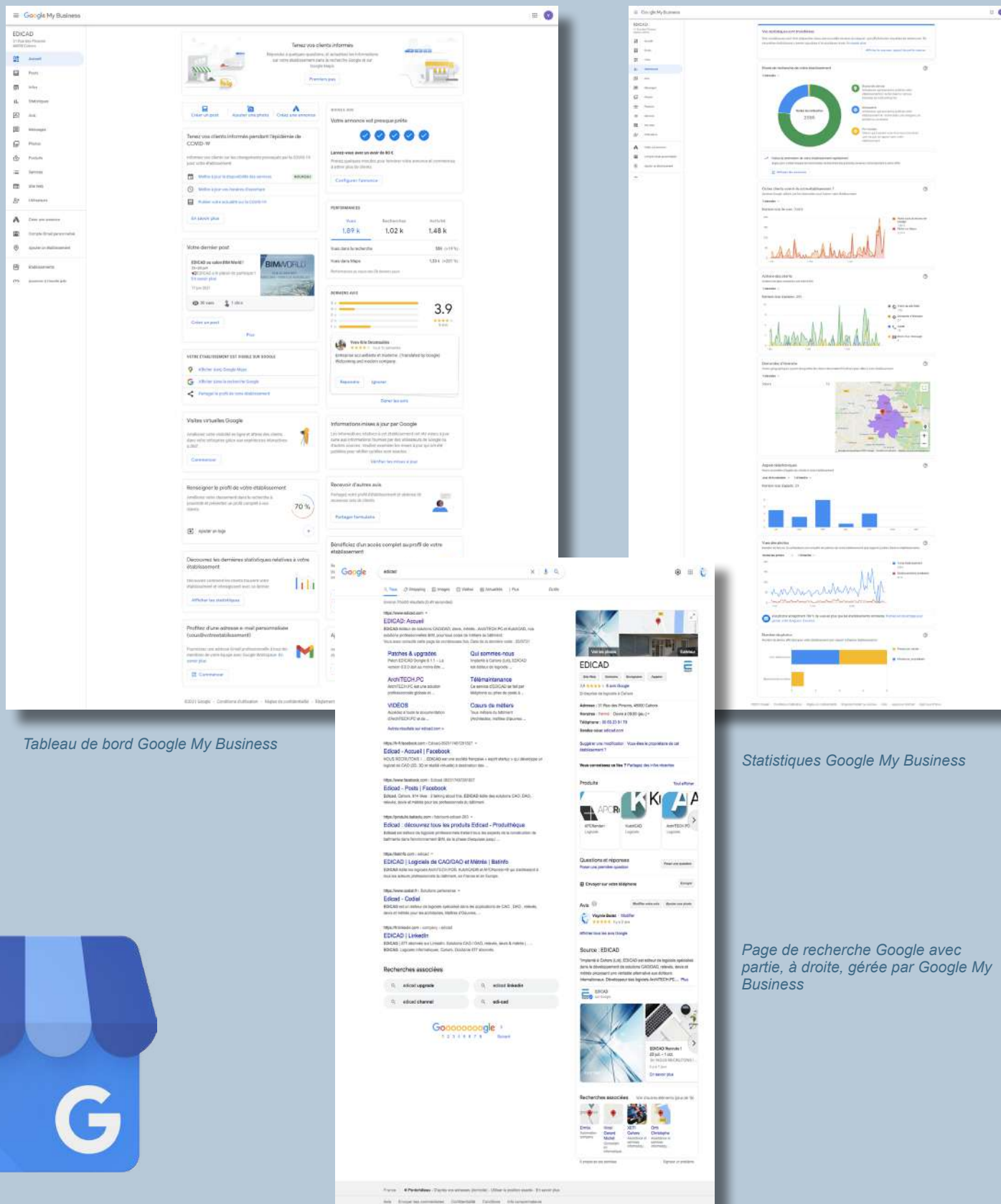
ISOVER
SAINT-GOBAIN

RÉSEAUX SOCIAUX

Grâce aux réseaux sociaux nous avons un lien direct avec nos clients, nos prospects et nos partenaires. Nous pouvons donc créer une relation privilégiée avec eux. La relation client est humanisée et l'image de l'entreprise améliorée. Le choix des réseaux a été étudié en [page 53](#).

GOOGLE MY BUSINESS

Grâce à notre profil d'établissement, il est possible d'interagir facilement avec nos clients potentiels sur Google et sur Google Maps. Cela permet de pouvoir contrôler le contenu affiché sur Google, répondre aux commentaires, alimenter les informations sur l'entreprise et ses produits, ainsi que la création de posts. Dans le back-office on retrouve également beaucoup d'indicateurs sur le comportement des utilisateurs.



SALONS/ÉVÉNEMENTIEL

En temps normal, EDICAD participe à plusieurs salons durant l'année. Mais l'arrivée du Covid a rendu impossible la tenue des salons prévus.

Le dernier salon de 2020, FUTUREBUILD s'est déroulé en mars 2020. Futurebuild (<https://www.futurebuild.co.uk/>) connecte plus de 20 500 prescripteurs, décideurs et perturbateurs avec les grandes marques et les start-ups. Leur mission est de cultiver la collaboration intersectorielle pour inspirer le changement transformationnel nécessaire pour propulser l'industrie de la construction à zéro net.

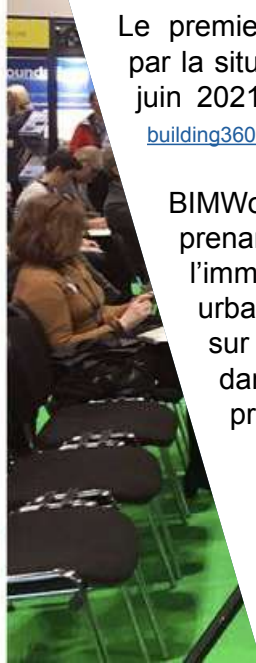


Salon BIMWorld Juin 2021

Le premier salon, depuis l'arrêt imposé par la situation sanitaire, s'est déroulé en juin 2021, le salon BIMWorld (<https://www.building360.online/bim-world/>).

BIMWorld permet à toutes les parties prenantes de la construction, de l'immobilier et de l'aménagement urbain, de partager leurs expériences sur la mise en œuvre du numérique dans leurs métiers et dans leurs projets.

Salon FUTUREBUILD Mars 2020



E-MAILINGS

Nous communiquons beaucoup avec nos clients, prospects, et distributeurs grâce aux mailings. Les réseaux sociaux sont complémentaires au marketing direct avec l'envoi d'emails marketing et de campagnes mailings. Le **marketing direct**, consiste à proposer des offres ciblées non exprimées encore par nos clients. L'idée est d'anticiper leurs besoins avec du contenu ciblé.

Les demandes de mailings viennent principalement des commerciaux d'EDICAD. Ils me fournissent tout ou partie du contenu, voir seulement le sujet. À moi de composer une maquette efficace, avec du contenu de qualité. Les commerciaux me valident la maquette et je l'envoie à la cible concernée.

Nous utilisons Sarbacane (logiciel de mailing). J'ai créer la refonte graphique de nos mailings afin de coller à l'évolution de la communication, ainsi qu la charte graphique ([annexe 2](#)) qui en découle.

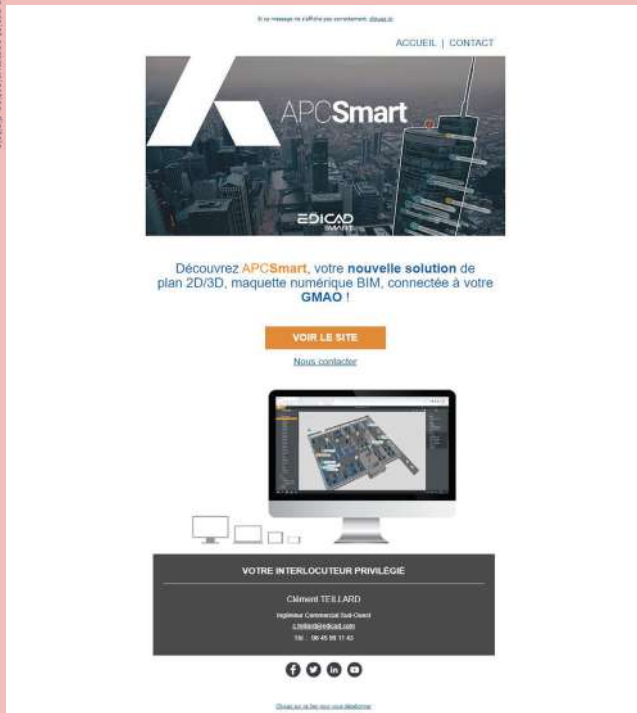
Ancienne trame



Nouvelle trame



La grande différence est l'utilisation de la pleine largeur de la page, la rapprochant plus des designs actuels et lui offrant plus de respiration. Les couleurs de la charte graphique sont reprises. Un «code» de lecture a



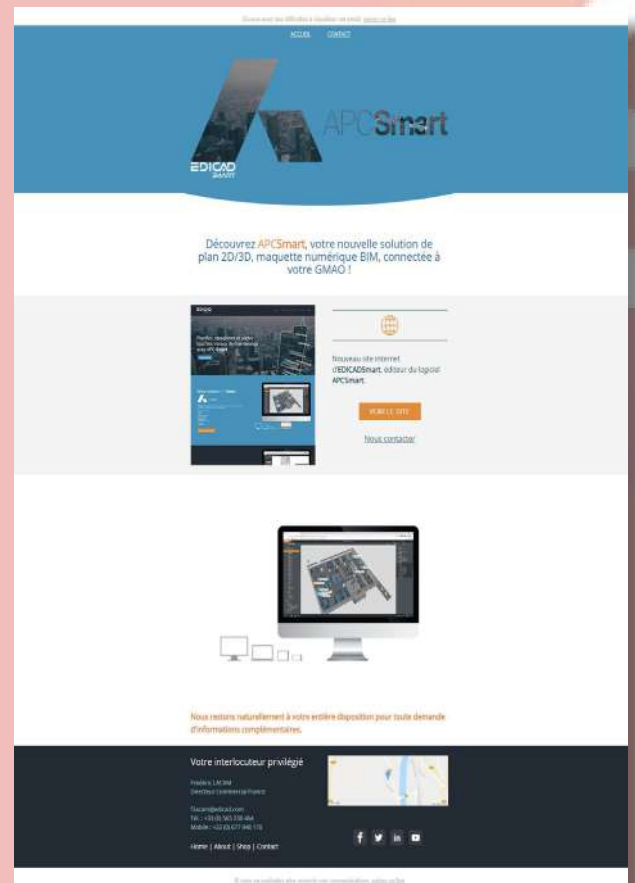
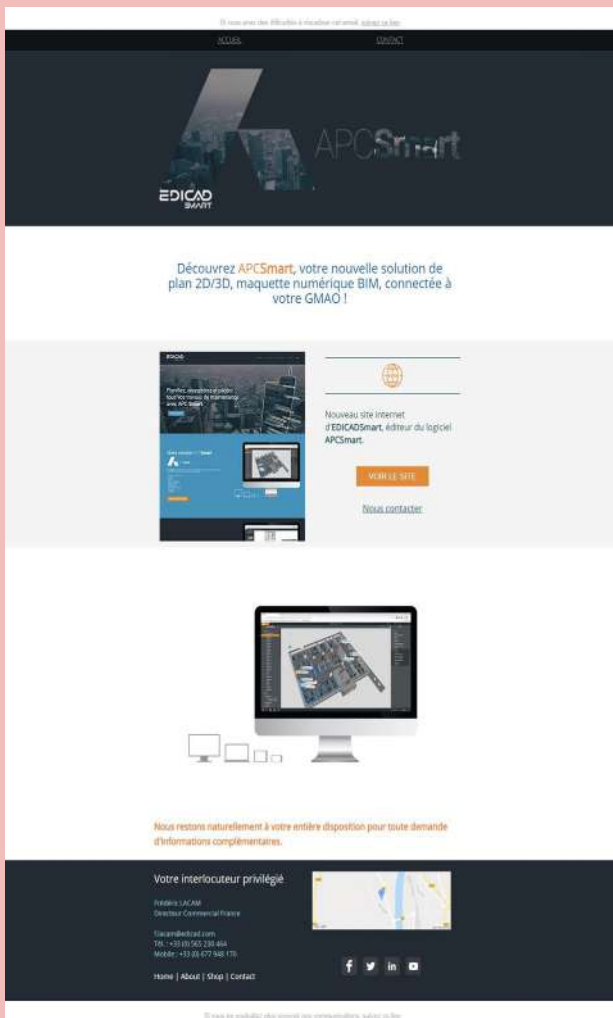
été établi, afin que le lecteur voit dès l'ouverture du mail le visuel du header, le titre, puis un bloc avec visuel et icône en rapport avec le sujet, un texte court reprenant les grandes lignes. Et ensuite, des informations plus détaillées ainsi que des calls-to-action si nécessaire.

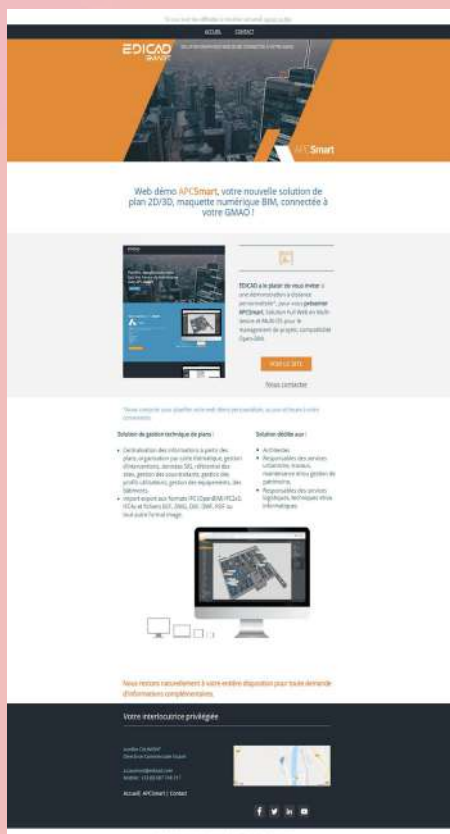
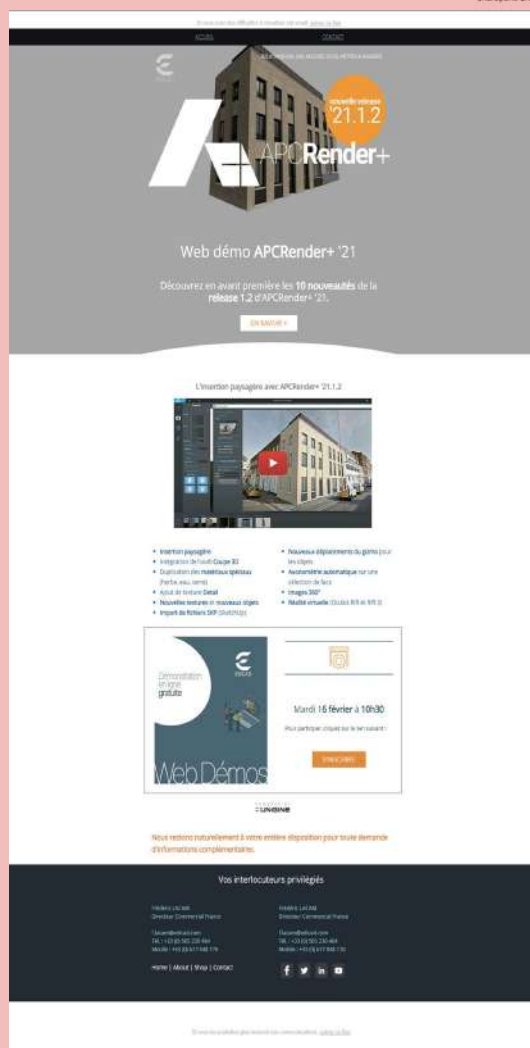
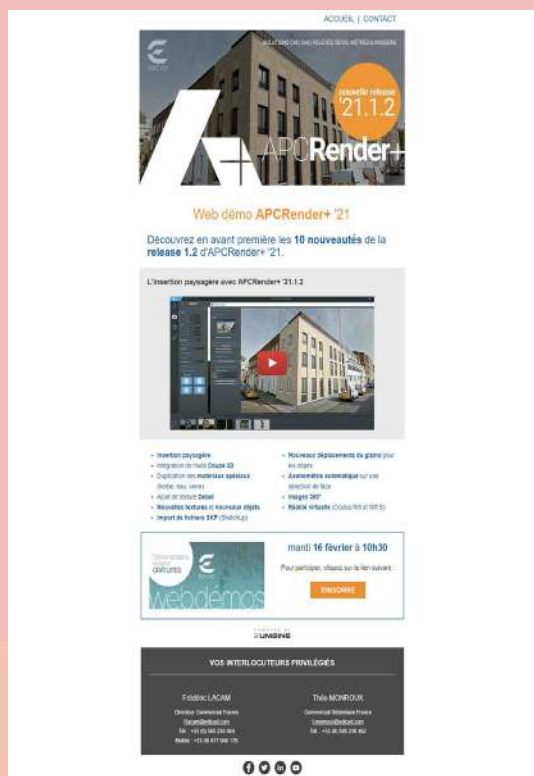
Afin de garder une cohérence graphique et de varier les visuels, j'ai établi plusieurs propositions de transition et de présentations pour le header, le corps du message et le footer. Tout a été mentionné dans la charte graphique.

Sarbacane offre la possibilité d'éditer des statistiques, elles seront étudiées en [étape 4](#).

Ancienne trame

Nouvelles trames





WEBDÉMOS

EDICAD organise régulièrement des webdemos sur l'utilisation de leurs logiciels, que ce soit seul ou en collaboration avec leurs éditeurs partenaires. Elles sont souvent organisées à l'occasion de nouvelles fonctionnalités des logiciels. Nous communiquons sur leurs dates et horaires grâce au e-mailing et aux réseaux sociaux, avec une inscription des participants afin de savoir à l'avance le nombre et l'identité des participants.

Afin de bénéficier d'une plateforme d'inscription, nous utilisons Eventbrite. Mais cette méthode comptait de nombreux désavantages.

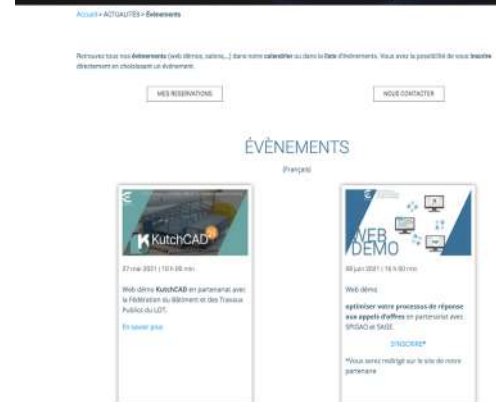
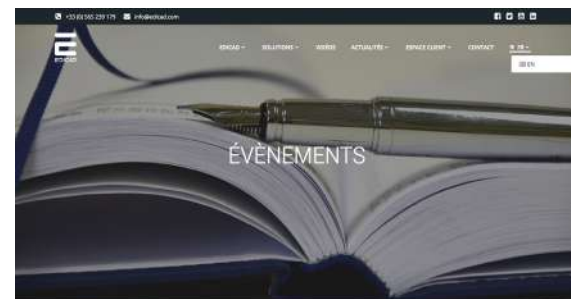
- En effet les utilisateurs étaient redirigés vers une plateforme qu'ils ne connaissaient pas, qui n'avait rien à voir avec EDICAD. Ceci pouvait dissuader quelques personnes, même si nous les en informions dans l'e-mailing.
- Cela crée du trafic, mais pas sur notre site.
- Nous n'étions pas totalement libres de la configuration et du design.

J'ai donc proposé de gérer les inscriptions sur notre site web, grâce au plugin Events Manager Pro. La proposition a été acceptée, j'ai donc installé le plugin, qui a été assez complexe à paramétrer. Cela nous a permis :

- De créer du trafic sur notre site.
- De gérer le design et la mise en page.
- De gérer et récupérer les informations que les commerciaux demandent (entreprise, département, numéro de tel...).
- De gérer les mails de retour d'inscription avec liens de connexion au web démo, et mails de rappel 24h avant l'événement.
- De rassurer les utilisateurs (ils retrouvent l'environnement EDICAD et non une plateforme inconnue).

Le résultat de performance de cette solution sera étudié en [étape 4](#).

Page événements EDICAD



CALENDRIER DES ÉVÉNEMENTS



STRATÉGIE DE COMMUNICATION

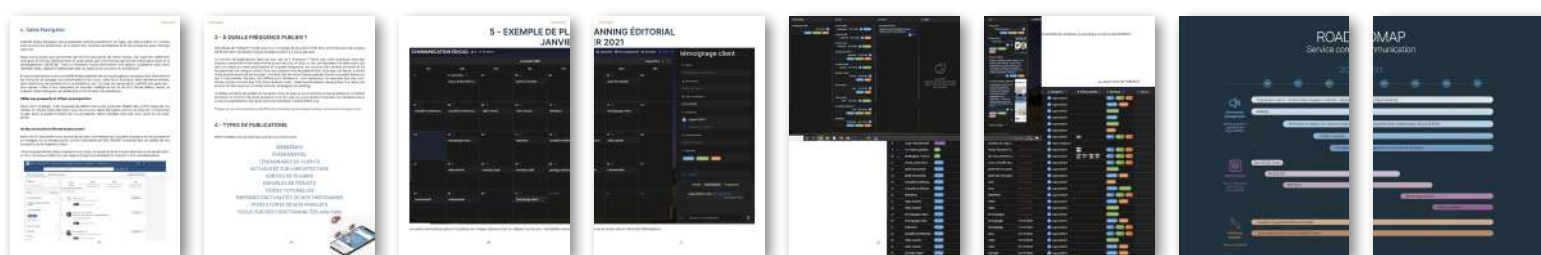
La stratégie de communication est une méthode visant à choisir et mettre en oeuvre les actions requises pour atteindre les objectifs de communication.

 Analyse du marché	 Définition d'objectifs	 Choix du public cible	 Conception de l'axe de communication	 Elaboration du plan de communication	 Budget
Le secteur de l'édition de logiciel est concurrentiel. Mais notre proposition de valeur (p.44) nous permet de nous démarquer de la concurrence.	Nos objectifs ont été identifiés (p.35): • Générer une augmentation de notre audience sur les réseaux sociaux (+ deux réseaux à créer) et une augmentation du trafic sur notre site afin de fédérer et fidéliser les clients.	Nos cibles ont été définies grâce aux personas (p.46). B TO B : • Architectes • Maîtres d'oeuvre • Constructeurs de maisons individuelles • Artisans du bâtiment	Contenu : Editeur Français, proposant des solutions de qualités avec un SAV à l'écoute et réactif. Ton : Professionnel et sérieux, mettant en avant la qualité et l'écoute.	Le plan de communication a été établi et rédigé à partir de la page 14 du benchmark communication (annexe 1) • Quel RS • Quand publier • Outil • Types de publications • planning éditorial	Il n'y a pas eu de budget fixé à l'avance. Il est établi que les demandes sont étudiées au fur et à mesure des besoins (plugins, Sponsoring posts importants)

PLAN DE COMMUNICATION

Le plan de communication a pour objectif de **clarifier le rôle** et la contribution de la fonction communication dès le démarrage des actions et d'éviter bien des obstacles (absence d'objectifs, pas de lien entre les actions et la politique de l'entreprise, cibles imprécises). Il a été rédigé suite au benchmark concurrentiel, l'analyse des personas et les canaux de communication. Il est détaillé à partir de la page 14 du benchmark communication ([annexe 1](#)) et reprend les points :

- Quel RS
- Quand publier
- Outil
- Types de publications
- planning éditorial



PLANNING ÉDITORIAL

Produire du contenu web est un projet à part entière, qui demande une grande attention quant à la qualité et le message des posts, ainsi que le moment (jour et heure) auquel ils sont postés. Tenir un planning éditorial aide à suivre la stratégie de contenu définie en amont.

Projet de planning

5 - EXEMPLE DE PLANNING ÉDITORIAL JANVIER 2021

COMMUNICATION EDICAD

Calendrier Non programmé Sommaire

novembre 2020

lun.	mar.	mer.	jeu.	ven.	sam.	dim.
30	01 décembre	02	03	04	05	06
	Venez année 2021 fa...		point fort produit		point fort produit	
07	08	09	10	11	12	13
Actualité architecture...	Actualité architecture...	vidéo tutoriel	vidéo tutoriel	webdimo	témoignages client	
14	15	16	17	18	19	20
	témoignage client		webdimo	actualité architecture	vidéo tutoriel	
21	22	23	24	25	26	27
	vidéo tutoriel	exemple projet	exemple projet	partage partenaire	événementiel	
28	29	30	31	01 janvier	02	03
événementiel	événementiel		témoignage client			

Les posts sont prévus suivant l'audience de chaque réseau social. En cliquant sur le post, une fenêtre s'ouvre sur la droite avec le détail des informations.

témoignage client

Statut

Sélectionner une image...

A. Description

Écrivez un texte.

📅 Date d'expiration

31/12/2020

👤 Assigné à

virginie BODET

+ Ajouter un membre

📎 Pièces jointes

Ajouter un fichier

🔄 Réviser

👍 Approuver

👎 Refuser

+ Ajouter

Activités Commentaires Changements

virginie BODET a créé témoignage client

14/12/2020 16:25

+ Ajouter un commentaire...

Malheureusement, suite à la crise sanitaire et aux changements répétitifs au dernier moment du planning (salon, témoignages clients, etc), il était impossible de prévoir un planning éditorial à l'avance, et l'équipe a dû s'adapter en permanence.

Benchmark communication p.19

4 - TYPES DE PUBLICATIONS

Notre contenu sera proche de celui de nos concurrents :

WEBDÉMOS
ÉVÉNEMENTIEL
TÉMOIGNAGES DE CLIENTS
ACTUALITÉS SUR L'ARCHITECTURE
SORTIES DE PLUGINS
EXEMPLES DE PROJETS
VIDÉOS TUTORIELLES

PARTAGES D'ACTUALITÉS DE NOS PARTENAIRES
POINTS FORTS DE NOS PRODUITS
FOCUS SUR DES FONCTIONNALITÉS (site Help)

J'ai donc gardé comme règles le nombre minimum de publication par semaine et par réseaux, ainsi que le type de publication.

Début: 01/06/2021 Fin: 11/08/2021

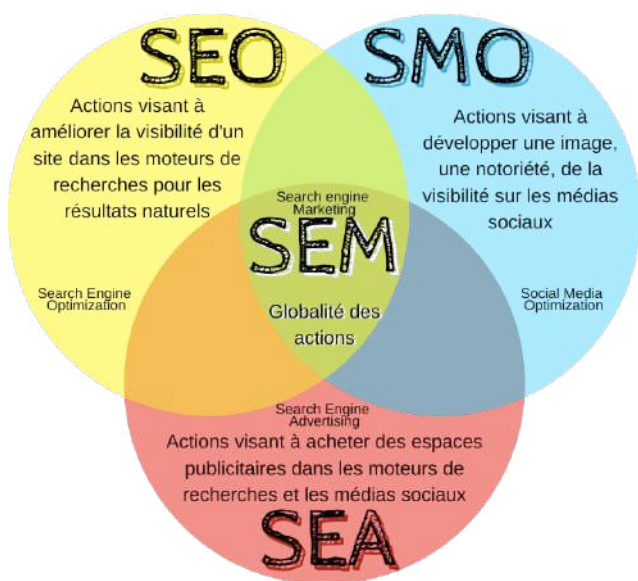
Équipes: Communication: Planning Éd

Rechercher | Suivant

Mois	Jour	Facebook	LinkedIn	Twitter	Instagram	YouTube	Newsletter
juin	27						
juin	28						
juin	29						
juin	30						
juin	1	Score					
juin	2	Score					
juin	3						
juin	4						
juin	5						
juin	6						
juin	7	Séminaire	Séminaire	Séminaire / Score	Séminaire / Score		
juin	8	Séminaire	Séminaire	Séminaire / Score	Séminaire / Score		
juin	9						
juin	10						
juin	11						
juin	12						
juin	13						
juin	14						
juin	15						
juin	16						
juin	17						
juin	18						
juin	19						
juin	20						
juin	21						
juin	22						
juin	23						

Afin de garder une régularité, j'ai lissé les posts un maximum sur la semaine, car il pouvait avoir plusieurs actualités arrivées au même moment et rien pendant plusieurs jours. Ce n'est que le jour de la publication que j'incorporais l'information dans notre ERP.

Planning éditorial IWS



Il s'agit de la stratégie marketing intégrant le SEO, le SEA et le SMO. Il désigne toutes les techniques marketing pour gagner en visibilité, acquérir de nouveaux clients et donc augmenter le chiffre d'affaires.

Pour travailler le SEO j'ai respecté les règles essentielles :

Optimisation On-page

L'optimisation on-page sont des techniques permettant d'améliorer la qualité du contenu d'un site web. Plusieurs éléments sont à perfectionner à partir de la stratégie de mots-clés :

- Balise Title
- Balises Meta (Meta description, robots, keywords)
- Balisage sémantique (H1-H6)
- URLs
- Contenu de la page (Body)
- Maillage interne (liens internes)

Optimisation Off-page (Netlinking)

La partie off-site représente tout ce qui touche à l'environnement d'un site, et donc les liens qui redirigent vers une page de celui-ci, mais également des liens externes (les backlinks provenant de sites de qualité seront plus pertinents pour Google).

Expérience utilisateur (UX)

Point pris récemment en compte par Google. On peut distinguer plusieurs critères importants pour le SEO :

- ergonomie du site : apparence et qualité
- taux de rebond
- taux de conversion
- parcours utilisateur (architecture et arborescence de l'information)
- site responsive, tendant vers le mobil first
- Poids et vitesse de chargement d'une page (très important)
- Apparence et qualité du site

Quant à notre utilisation du SEA, elle n'est que peu utilisée car pour être réellement efficace cela nécessite un budget conséquent.

Nous l'avons utilisé à trois reprises pour promouvoir des posts Facebook, avec Facebook Ads.

Toute la SMO a été développée des pages 53 à 64.

Le SEA, le SEO et le SMO ne se travaillent pas dans la même projection temporelle. Le **SEA** donne des résultats rapides à condition d'avoir un budget élevé. Le **SEO** prend plus de temps à mettre en oeuvre mais apporte de bons résultats. Quant au **SMO**, la méthode est plus longue car elle repose sur l'acquisition d'utilisateur.

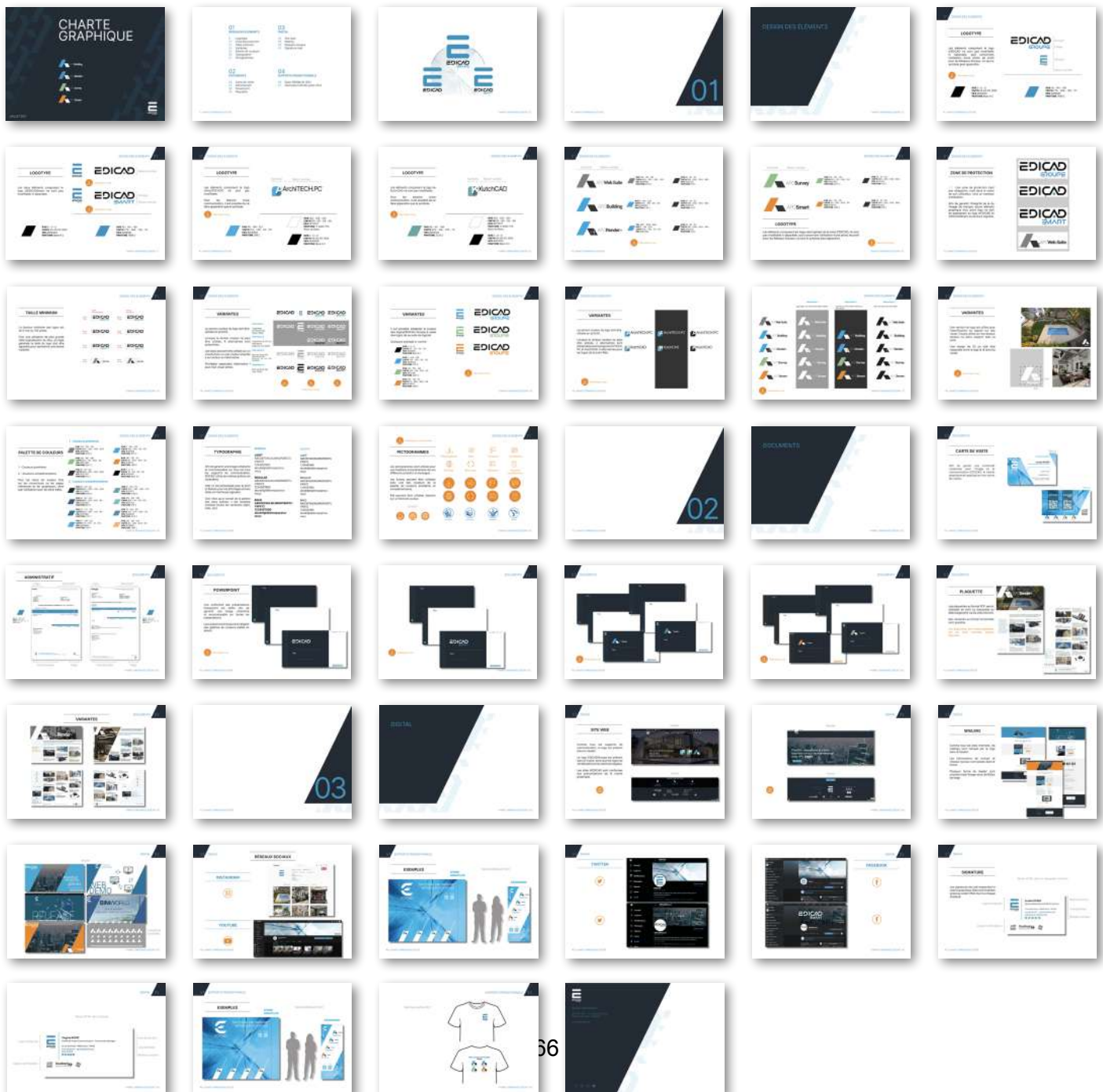
SEA	SEO	SMO
Search Engine Advertising	Search Engine Optimization	Search Media Optimization
Court Terme	Moyen Terme	Long Terme
- Générer du trafic ciblé et qualifié - Réaliser des conversions rapidement	- Générer du trafic ciblé et qualifié - Etre visible sur les moteurs de recherche	- Générer du trafic - Etre visible sur les réseaux sociaux

CRÉATION ET REFONTE GRAPHIQUE

Normalement la charte graphique devrait être établie au début d'un changement ou évolution de projet ou d'identité. Dans notre cas il n'était pas envisagé d'établir une charte graphique à la base. Mais l'identité d'EDICAD ayant fortement évolué au cours de cette année, entre ses sites, ses nouveaux logiciels, l'évolution de ses logos, le changement de design dans les e-mailings, l'évolution globale de la communication...il était logique et indispensable de mettre tous ces éléments à plat et de les **formaliser** dans un document, afin d'en garder une **ligne graphique et éditoriale** ([annexe 2](#)).

La charte graphique est un ensemble de **règles graphiques** qui permettent d'étoffer notre **identité visuelle** et de la rendre cohérente et immédiatement reconnaissable, quels que soient les supports. Elle permettra de faciliter la communication d'EDICAD et transmettre nos valeurs.

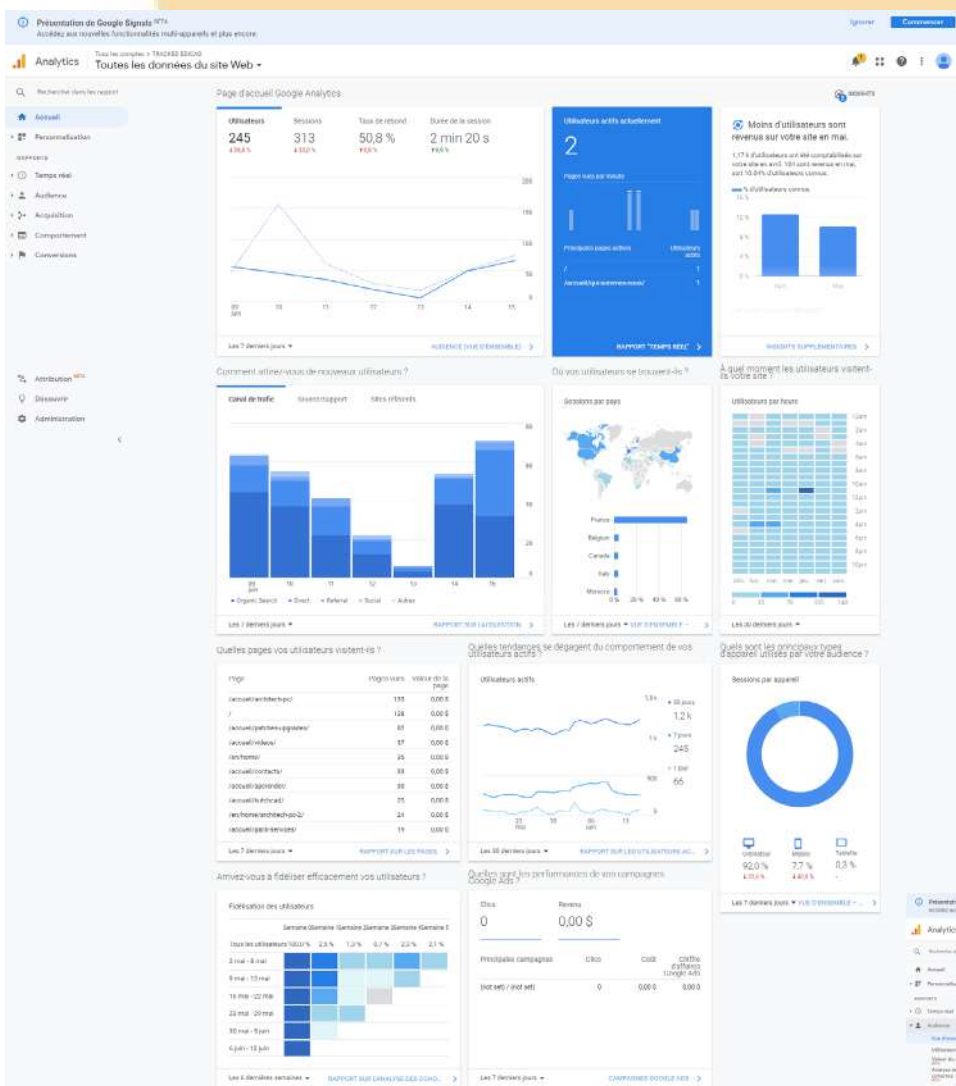
De plus j'avais souvent la demande des logos par les commerciaux ainsi que les distributeurs et partenaires. J'ai donc ajouté des liens de téléchargement, ce qui en fait un PDF Interactif. La Charte est disponible en interne (We are EDICAD).



ANALYSE DE TRAFIC

L'**analyse comportementale** de nos utilisateurs est importante car elle permet de mieux les **comprendre** et donc d'**adapter** notre offre et notre communication.

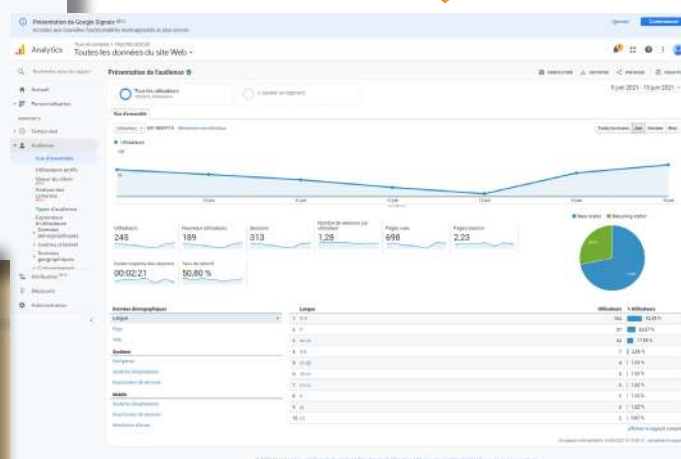
Nous avons la possibilité de mesurer l'audience de notre site internet grâce à Google Analytics qui est un service gratuit d'analyse d'audience d'un site Web ou d'applications. Cet outil permet d'approfondir nos connaissances sur le comportement de nos clients, grâce à une installation simple sur le site internet.



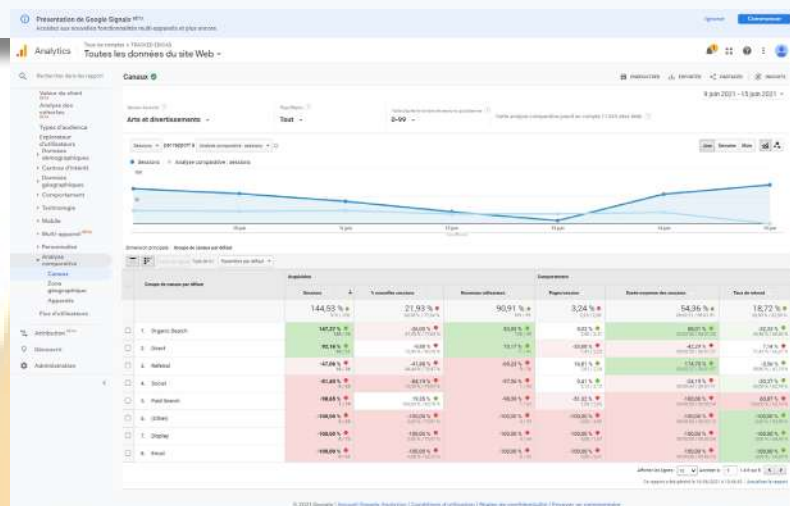
Une fois Google Analytics installé et configuré, il est possible, via le back-office de notre site web, d'observer quelques résultats.

Il est cependant plus intéressant d'aller dans l'interface de Google Analytics où se trouvent des informations plus complètes.

Sur cet onglet se trouve l'analyse de l'audience. Plusieurs données sont disponibles, dont celles des utilisateurs, leur démographie, ou encore quel système de connexion à été utilisé... Nous pouvons voir que **71% de nos internautes sont des nouveaux visiteurs.**



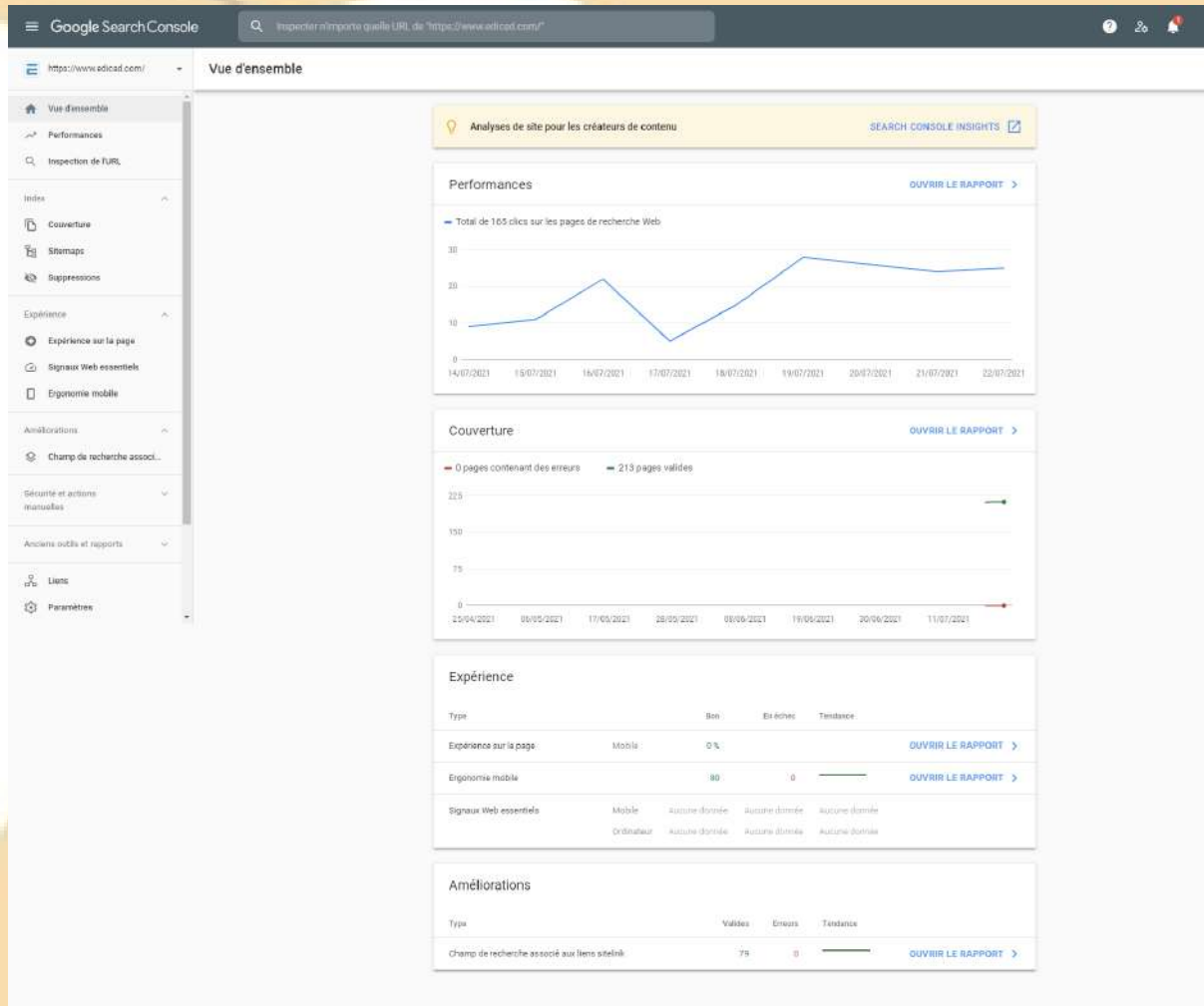
❖ Ici il est possible d'observer l'évolution des sessions.



J'ai également configuré Google Search Console et Search Console Insights (lancé en juin 2021). Ce sont des **compléments** à Google Analytics, qui offrent la possibilité de **résoudre tout problème (technique, UX...)** et **optimiser son référencement** pour le premier, et pour le second, la combinaison avec Google analytics propose un résumé de la **visibilité de nos contenus sur le web** et moteur de recherche.

L'analyse sur Search Console Insights fait ressortir plus précisément les pages lus et la durée de lecture, ainsi que de quel réseau social viennent les utilisateurs, les liens pointant vers notre site, etc.

Tableau de bord de Google Search Console où sont analysées les performances du site et sur lequel on peut retrouver des avertissements en cas de problèmes techniques sur le site, ainsi que des données sur l'expérience utilisateur.



En bref, ce sont des outils gratuits et faciles à installer, qui permettent un suivi de toutes les facettes de notre site internet afin d'y **apporter les améliorations nécessaires**, en vue d'améliorer l'expérience client et donc améliorer notre visibilité et notre crédibilité.



Étape 4

MESURES ET ANALYSE DES KPIs

Pour rappel les objectifs vu en [page 35](#) :

1 - Pour la page EDICAD, l'objectif pour notre réseau principal est de passer de 403 abonnés LinkedIn en octobre 2020 à 500 abonnés en juin 2021.

L'objectif des 500 abonnés a été atteint puisqu'il est maintenant de 582. Ce qui fait + 579 abonnés en 8 mois. C'est une belle progression d'autant que ce sont des abonnées correspondant à nos cibles.

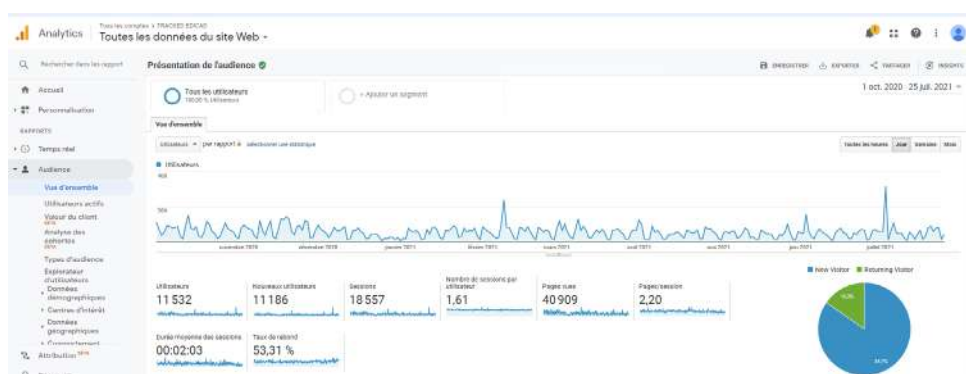


2 - Pour la page EDICADSmart, l'objectif est de passer de 0 (création) à 120 abonnés en juin 2021.

L'objectif des 120 abonnés a été atteint puisqu'il est maintenant de 150. Ce qui fait + 150 abonnés en 6 mois. C'est un chiffre puisque le logiciel est en cours de développement et n'est pas encore disponible.

3 - Augmentation du trafic du site de 5% entre octobre 2020 et Juin 2021. Et ce grâce à la création de contenu ciblé et de qualité.

Sessions octobre 2020 > 2 512
Sessions novembre 2020 > 2 537
Sessions décembre 2020 > 1 561
Sessions janvier 2021 > 1 769
Sessions février 2021 > 1 913
Sessions mars 2021 > 1 982
Sessions avril 2021 > 1 674
Sessions mai 2021 > 1 384
Sessions juin 2021 > 1 639



Objectif non atteint. On constate même plutôt une baisse. Ces chiffres sont tout de même intéressants. En effet ils sont expliqués, en octobre et novembre nous avons organisé plusieurs webdemos, et l'objectif des nouvelles inscriptions sur notre site (augmenter le trafic) est atteint. Ensuite, l'année a été très calme, il y a eu quelques web démos et aucun salon, assez peu à dire au niveau de la communication. Les actualités principales étaient des annonces de partenariat et de certification. Une fois l'information lu sur les réseaux sociaux, les utilisateurs n'allaient pas sur le site. Ce qui explique une augmentation de nos followers sur les réseaux sociaux.

Les pages les plus visitées du site restent en premier la home page et en second la page des mises à jour de nos logiciels. Une refonte du site actuel est en cours, cela permettra de redynamiser le trafic du site grâce à l'effet nouveauté d'une part, et la possibilité d'attendre le site marchand d'EDICAD (lui aussi en cours de développement).

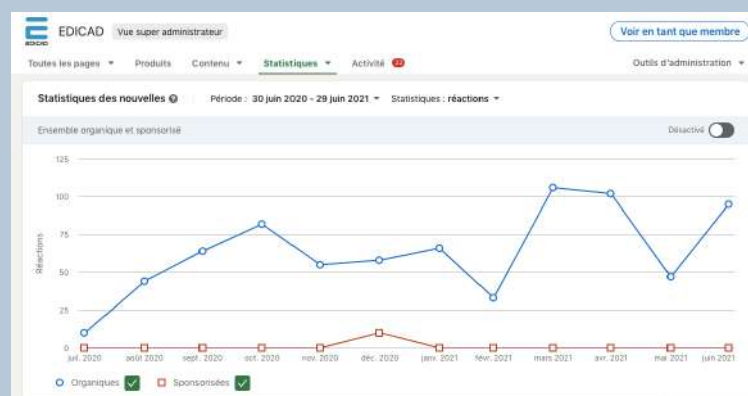
On peut aussi observer dans les statistiques des réseaux sociaux plusieurs données témoignant de la progression positive de nos followers.



Ci-contre l'évolution du nombre de visites sur notre page LinkedIn EDICAD en juillet 2021 avec **23% de visites en plus** par rapport au mois précédent. Et ce, malgré le fait que le réseau soit moins actif durant juillet et août.

Ici, il est possible d'observer une **augmentation des réactions de nos followers**, à nos publications. Ce qui se traduit par un intérêt ainsi qu'un engagement grandissant de leur part.

Cette évolution a été possible grâce à l'étude de la communication de nos concurrents (Benchmark). Nous avons pu adapter la qualité et la quantité de nos posts ainsi que leurs diversités, répartis sur le mois afin de lisser le flux de l'information. Nous avons ainsi fidélisé nos followers et gagné de nouveau.



Concernant la page EDICADSmart, nouvellement créé sur LinkedIn, il en ressort une **évolution positive**, tant sur le nombre de followers que sur le nombre d'impression des posts, alors que la page contient très peu de post.

En effet la solution APCSmart est en cours de développement et n'est donc pas encore disponible. Nous pouvons donc y voir l'intérêt et l'attente de ce nouveau produit.

Les statistiques disponibles sur les réseaux sociaux sont nombreuses et nous apportent énormément d'indications sur le comportement de vos visiteurs. Il est alors possible d'observer quel post obtient des retours et quel autre le désintéresse. Cela nous permet alors de jauger si nos produits répondent à l'attente de l'utilisateur. **La communication réfléchit (ux writing & visuel explicite et engageant) et suivi (kpis) est donc un indicateur important à prendre en compte.**



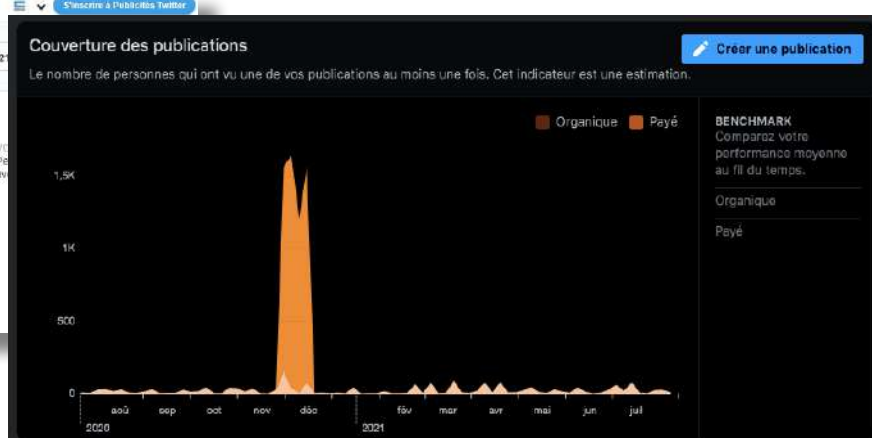
En ce qui concerne les **réservations aux web démos**, elles ont également **augmentées (environ 20%)** depuis que le processus se fait sur le site internet d'EDICAD. Et cela a pour conséquence positive, d'**augmenter le trafic sur le site**. Via Google Analytics, nous observons, à chaque ouverture de réservation, une augmentation du trafic.

Notre communication à moins de portée sur Twitter et Facebook, ceci s'explique par le fait que nos utilisateurs soient plus présents sur LinkedIn, accèdent aux informations nous concernant durant la semaine, est donc moins attentif le weekend (Facebook).

LinkedIn reste le réseau professionnel et celui qui nous apporte le plus de trafic (Google Analytics).

Audience Twitter (maximum 91 jours)

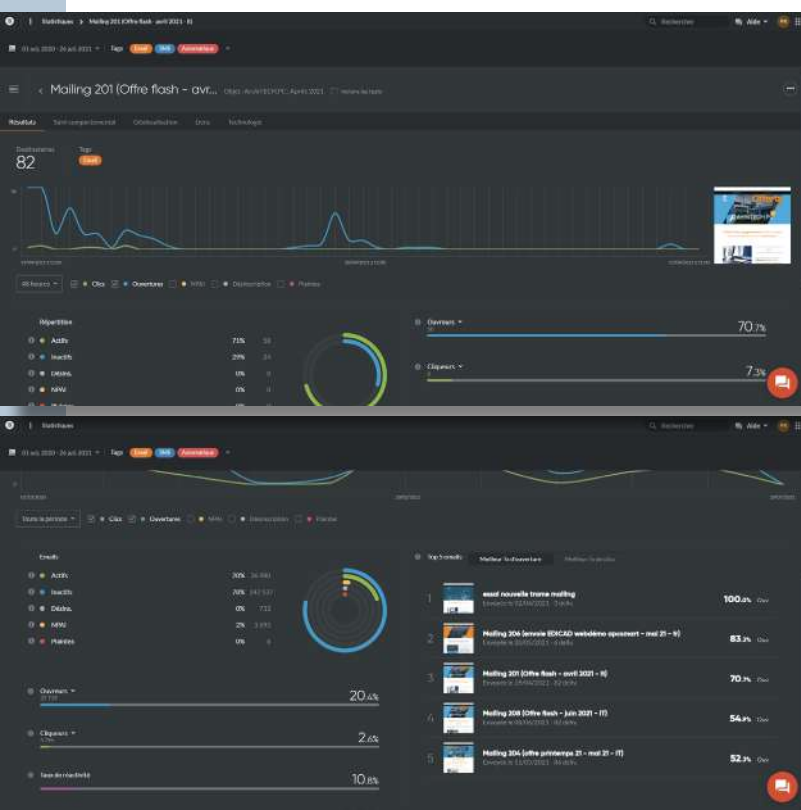
Couverture publication Facebook sur un an



Au même titre que les réseaux sociaux, il est tout aussi intéressant et important de suivre les **indicateurs des mailings**. Sarbacane nous offre la possibilité de les suivre dans sa section "Statistiques". Nous avons accès à des statistiques globales avec le top 5 emails (taux d'ouverture ou taux de clics) ainsi que le nombre total de mailing suivant une période donnée. Des statistiques par mailing, où l'on retrouve le **taux d'ouvreurs**, de **cliqueurs**, le **taux de reactivités**, le temps de lecture et le device sur lequel le mailing a été ouvert. Mais aussi quel lien a été cliqué, par qui...ainsi qu'une donnée essentielle la **Heatmap**. Celle-ci représente visuellement à quel endroit les lecteurs ont cliqué. Cela nous donne une indication sur la pertinence de notre design, si par exemple, un call-to-action n'a pas été cliqué, c'est qu'il y a un problème au niveau de son emplacement ou de sa lisibilité ou encore que le texte du bouton n'est pas clair. Cela nous permet donc de remettre en question ce qu'y n'a pas fonctionné ou valider et réutiliser ce qu'y fonctionne. **Depuis la refonte du design des mailings, nous avons constaté une augmentation des ouvertures et des clics de 15%.**

Statistique Sarbacane

Heatmap mailing



L'e-réputation est alimentée de ce que l'entreprise dit sur elle-même et de ce que les internautes peuvent en dire sur le Web. Une bonne e-réputation donne confiance aux consommateurs et les incite à se tourner vers les produits que nous proposons.

Afin de surveiller et de contrôler son e-réputation il est nécessaire d'Identifier et hiérarchiser les canaux digitaux sur lesquels peut circuler une information nous concernant. Pour EDICAD j'ai identifié :

- Les Réseaux Sociaux
- Divers forums
- Avis Google
- Sites distributeurs

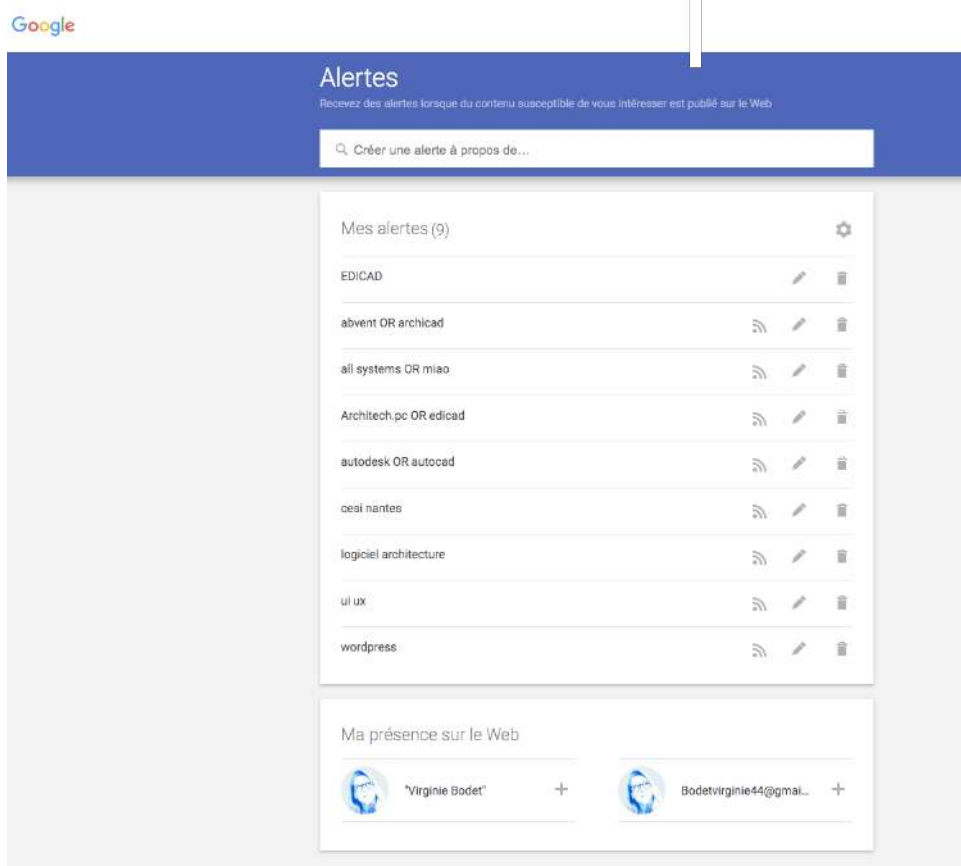
Une fois les canaux identifiés il suffit d'utiliser une méthode de veille afin d'optimiser la surveillance de notre e-réputation. J'ai donc configuré une veille automatisée, grâce à l'agregateur Inoreader ([p.45](#)).

J'ai également mis en place un système d'alerte sur le moteur de recherche Google. "Google alert" est un système qui permet de se tenir informé sur l'actualité correspondant aux mots-clés que l'on a pu entrer dans la barre de recherches, à savoir "EDICAD", pour se tenir informé de ce qu'il se dit sur nous. Il est aussi possible de le configurer avec les noms de nos concurrents afin de se tenir informé de leurs actualités. Dès lors qu'un nouvel article contenant ces termes est publié sur la toile et répertorié par Google, une notification est envoyée sur la boîte mail.

Suivre l'e-reputation de son entreprise offre la possibilité de **voir ce qui se dit mais aussi de pouvoir y répondre**, afin de prouver l'intérêt que l'on porte à nos utilisateurs, et apporter des réponses, aux commentaires négatifs et des remerciements aux commentaires positifs.

Commentaire positif : prendre le temps de remercier la personne pour son commentaire, et pourquoi pas, reposter ce qu'elle a posté/publié.

Commentaire négatif : prendre le temps de réfléchir à sa réponse et ne pas répondre à chaud. Privilégier la réponse à froid. il ne faut pas les supprimer mais essayer de comprendre d'où vient le problème pour corriger ce qui n'a pas fonctionné.



Avis Google

EDICAD

31 Rue des Pinsons, Cahors

3,9 ★★★★★ 8 avis

Trier par

Avis les plus pertinents

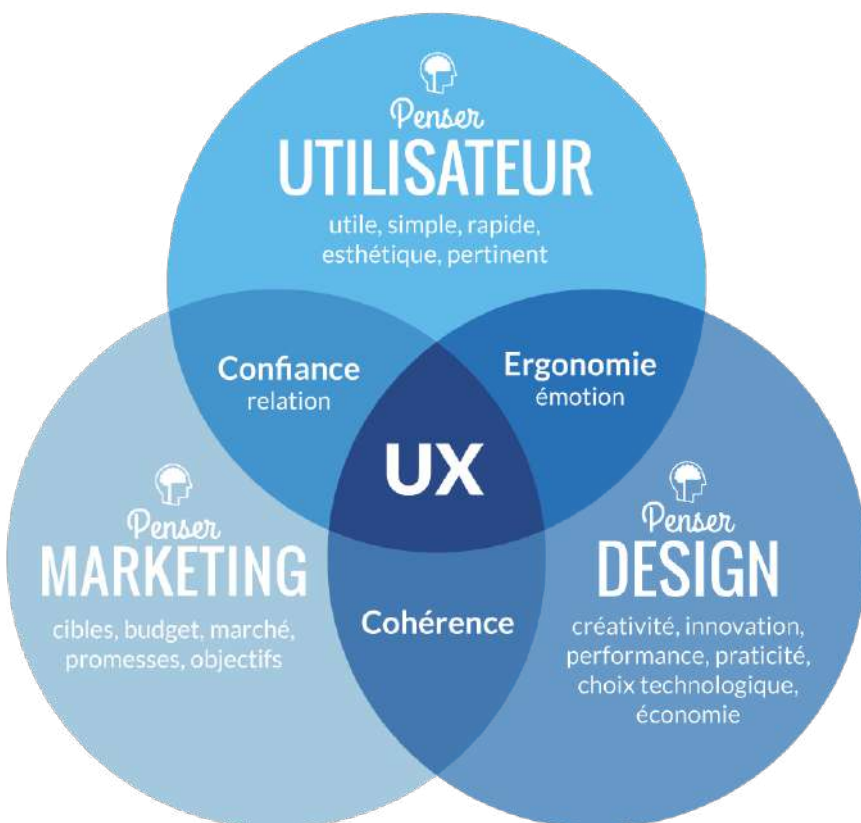
Avis les plus récents

Les + hauts

Les plus bas

L'UX est généralement associé aux points de contact digitaux mais «*le design ce n'est pas l'apparence ou le style, c'est avant tout comment ça marche !*» Steve JOBS.

ux-design-john-doe-et-fils



Ce n'est plus le produit ou service qui est directement valorisé, mais il l'est au travers de l'expérience qu'il va faire vivre (sensations, émotions,...). **Il est essentiel de penser au ressenti global de la qualité et celui-ci découle de l'usage qui produit un certain niveau de satisfaction et de l'empreinte laissée dans la mémoire.**

L'expérience avec un produit ou service doit être cohérente et continue, de la première newsletter à la relation téléphonique avec le service client, afin de garder une identité claire. Les parcours utilisateurs doivent avoir une **unicité** et relever de l'expression de la marque.

«*La communication adopte de plus en plus des stratégies user first, en partant du besoin et en ayant comme obsession l'hypothèse, l'implémentation et la mesure de l'efficacité du dispositif mis en place*» Davy TESSIER.

«*Cette approche très digitale correspond à la disparition des frontières entre communication, marketing, CRM + Online. L'UX Design se retrouve vecteur de synergie et de cohérence, grâce à 4 composants clés : User centric & expérimental, collaboratif, holistique et tangible*» Vincent HOVE.

Le secteur de la communication ne s'est jamais autant soucié de coller au plus près des attentes des individus. Grâce à un UX Design pertinent l'utilisateur plongera dans un univers qui correspond à ses habitudes, ses besoins et ses envies. Nous allons vers une personnalisation accrue, diminuant les frustrations et augmentant la satisfaction utilisateur et ayant pour résultat l'augmentation de nos clients et leur fidélisation.

Une mauvaise conception des interfaces (site web, logiciels), une image et un message mal définie (charte graphique, posts) ainsi qu'une mauvaise expérience client (navigation site, communication) peuvent contribuer à dégrader la relation client.

UXRepublic - l'expérience utilisateur



LE BON DESIGN EST INNOVANT



LE BON DESIGN REND UN PRODUIT UTILE



LE BON DESIGN EST ESTHÉTIQUE ET ACCESSIBLE



LE BON DESIGN EST HONNÊTE ET DURABLE DANS SON EXPÉRIENCE

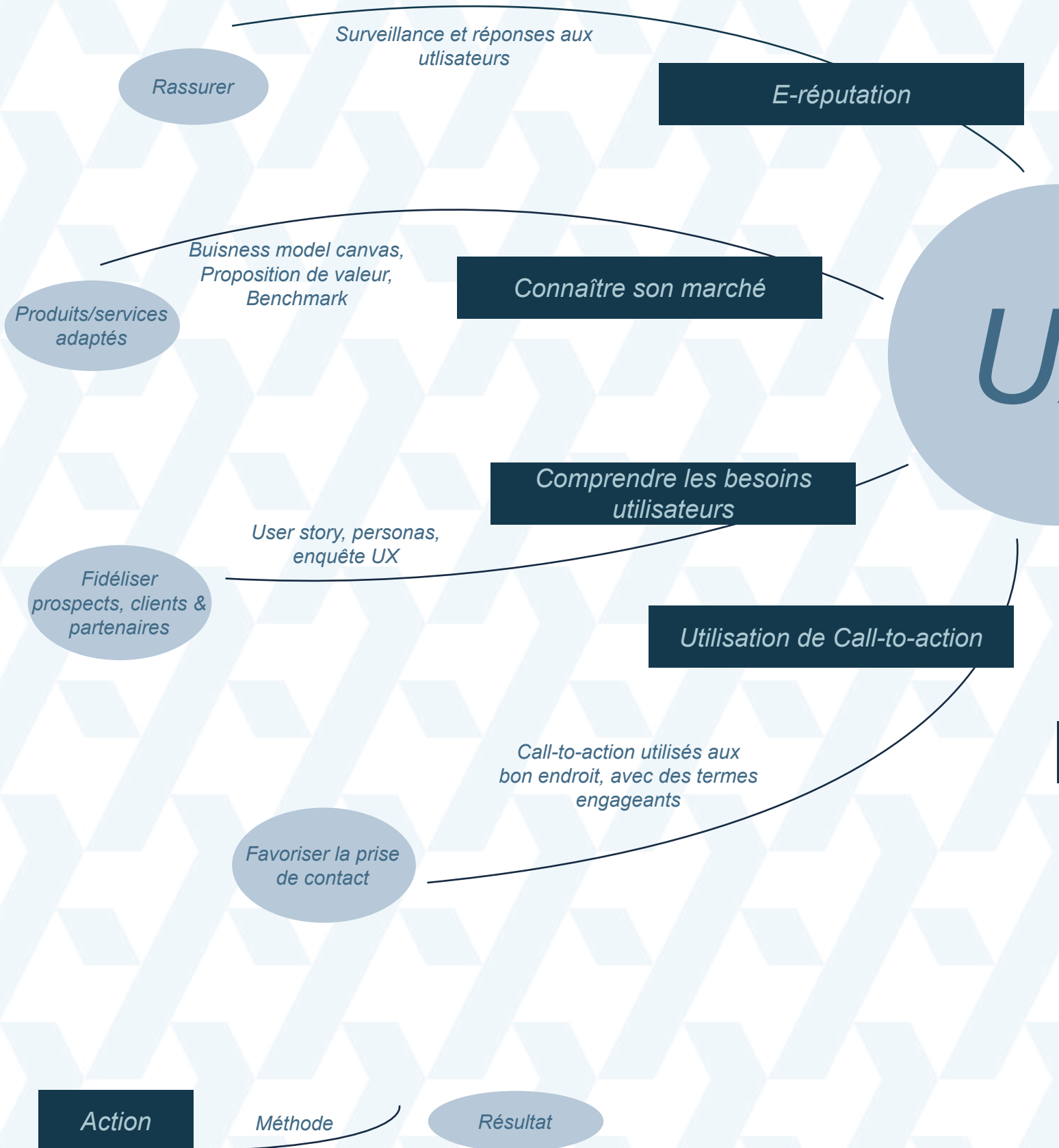


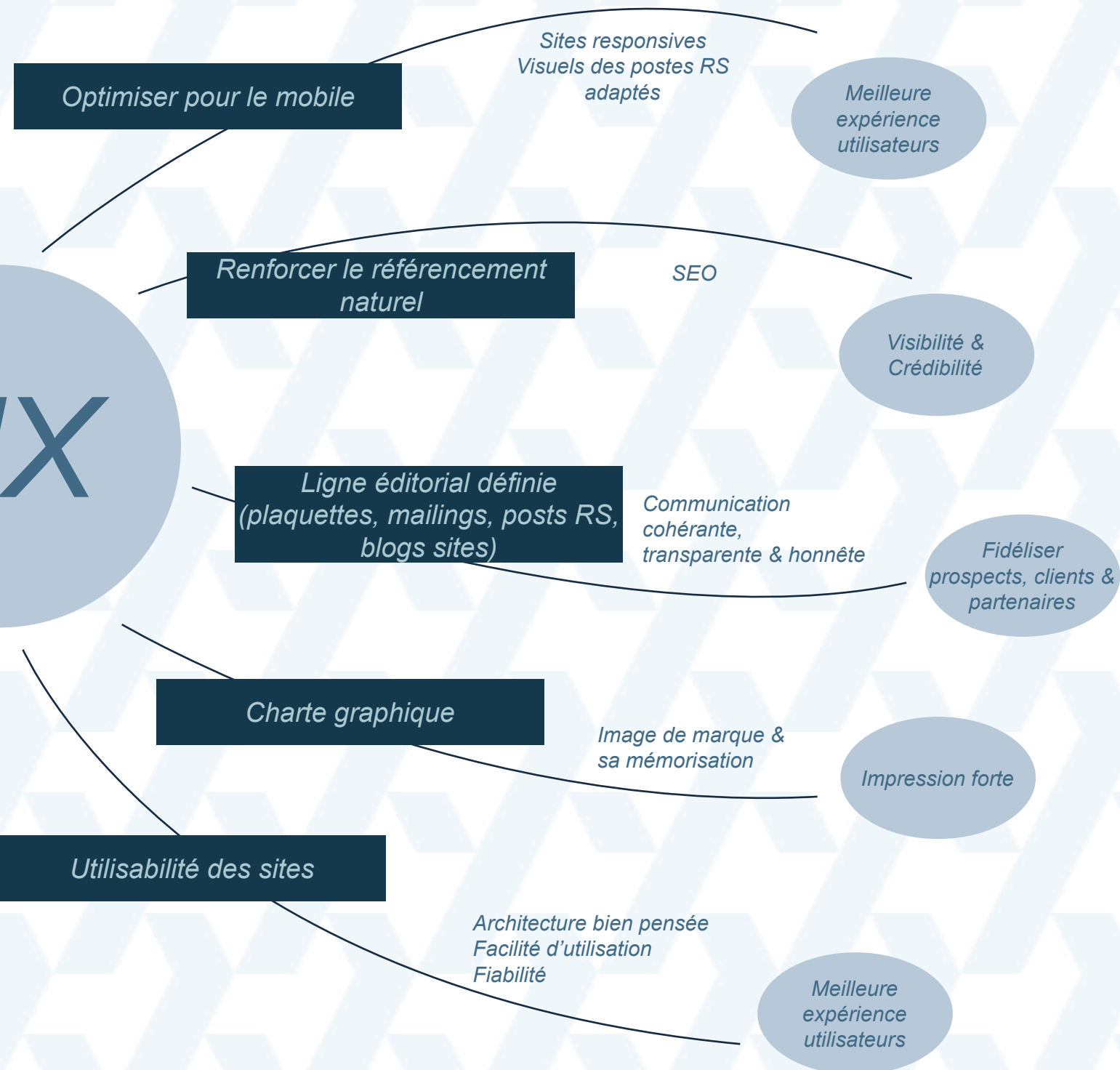
LE BON DESIGN EST ATTENTIF AUX DÉTAILS



LE BON DESIGN CRÉDIBILISE L'IMAGE DE MARQUE

En prenant en compte cette vision UX, les actions qui ont été menées dans ce projet, en résumé :





Étape 5



D'une manière générale améliorer la communication entre les équipes, afin qu'ils nous transmettent en temps et en heure les contenus dont nous avons besoin (contenu mailing, photos et vidéos salons et témoignages). Ainsi que bénéficier de plus de temps à consacrer au community management et à la recherche, création de contenu et sa planification. Cela permettra à l'équipe de travailler plus sereinement et donc de mieux pouvoir répondre aux urgences.

CONCLUSION

La direction d'EDICAD tient à jour les données concernant l'acquisition ou la perte de client par canal d'acquisition. En ce qui concerne notre service communication voici les chiffres de l'année 2020 et 2021 :

Gains et pertes de clients par canal (direct) et par année

2020	2021
<i>MAILING & SITE INTERNET</i>	
+19	+67
- 27	-28
<i>RÉSEAUX SOCIAUX</i>	
0	+5

Il serait assez facile de mesurer le ROI des actions UX prises si j'avais accès à toutes les données. En sachant que les chiffres ci-dessus représentent les prospects venant directement d'un réseau social et directement du site internet :

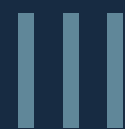
ROI = (NB PROSPECT GAGNÉ – PROSPECT PERDU) X TARIF CONTRATS

L'analyse des KPIs nous montre que les actions UX (refonte visuelle, inscription web démos sur le site, communication adaptée et visuelle sur les réseaux sociaux, ciblage précis des destinataires des mailings, lien permanent avec les clients et prospects...) ont contribué à une meilleure visibilité d'EDICAD ainsi qu'un engagement de ces derniers grâce à la facilité de lecture des supports et la proposition d'offre adaptée à leurs attentes.

Prendre le temps en amont d'un projet de bien connaître son environnement, ses utilisateurs, sa proposition de valeurs, permet d'avoir un produit ou service adapté à la demande et de bien communiquer sur celui-ci. Grâce à ces méthodes et surtout cette vision des choses, EDICAD a gagné des clients.







Bilans

III - Bilans

1 - BILAN PROFESSIONNEL ET PERSONNEL

Bilan professionnel

Cette troisième année s'est inscrite dans la continuité des deux premières avec la précédente formation. Mon projet a donc évolué en même temps que ma formation et mes compétences. Cette évolution a été particulièrement enrichissante, puisqu'elle est passée par toutes les étapes de la refonte du site internet et la mise en place de la communication puis par l'amélioration et l'évolution de ce qui a été ébauché, pour arriver à plusieurs sites internet et plusieurs réseaux sociaux ainsi qu'une communication e-mailing gardant une cohérence graphique et éditoriale avec une identité bien établie et des communications claires et efficaces.

EDICAD a maintenant 2 sites en lignes et deux en construction, une identité visuelle établie et formalisée grâce à une charte graphique. Mais plus que tout nous avons amélioré le suivi et l'analyse des KPIs et commentaires utilisateurs, nous permettant de garder un contact avec nos prospects et clients et ainsi de pouvoir répondre efficacement à leurs attentes. EDICAD a donc, plus le contrôle de son image, de par ce suivi d'e-réputation et grâce à sa ligne éditoriale.

Des améliorations sont encore à apporter, et tout ce travail fait d'EDICAD une entreprise communicante, proche de ses utilisateurs et efficace -> image dynamisée -> rassure le client.

Bilan personnel

Cette troisième année de formation a été riche en apprentissage et en émotion. La quantité et la diversité des connaissances acquises ont nécessité du travail, du temps et des sacrifices.

Je ne pensais pas forcément être faite pour la chefferie de projet et cette théorie s'est révélée fausse. J'ai apprécié l'autonomie et la prise de décision, la réalisation, le suivi de ce projet de A à Z.

J'ai gagné en prise de recul et en capacité à gérer un projet, avec ses moments de travail individuel et ses moments de travail en groupe avec des interactions entre plusieurs services. Cette dernière année a été pour moi révélateur d'épanouissement dans cette branche tellement diversifiée du numérique...

2 - RETOUR D'EXPERIENCE

J'ai pris un risque en début de projet en promettant que l'UX Design combiné à la communication pouvait apporter des prospects. Mais je tenais à introduire cette philosophie au sein de mon service et j'ai mis tout en œuvre pour l'appliquer afin de récolter les résultats attendus. Ces résultats ont été à la hauteur, malgré le handicap de la situation sanitaire et tout ce que cela a entraîné, puisque nous avons pu constater une amélioration de l'apport de prospects/clients. La communication et l'identité d'EDICAD c'est professionnalisé.

Et si c'était à refaire ?

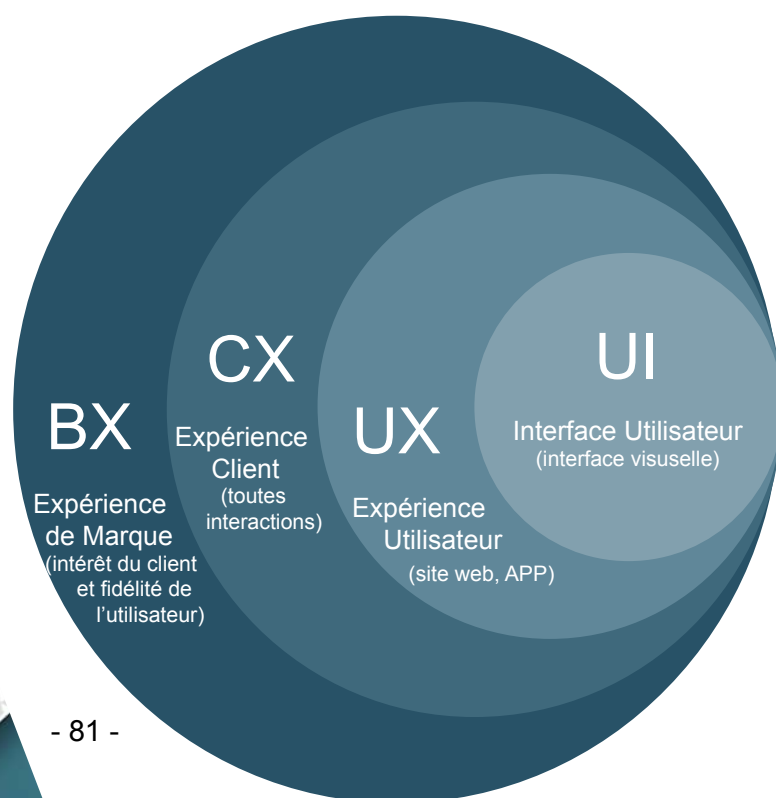
Avec le recul et l'expérience, si c'était à refaire, je demanderais à organiser une réunion afin d'expliquer mon projet et mon plan d'action dès le début. Cela aurait permis de fédérer plus facilement l'équipe, qu'en expliquant au fur et à mesure de mes actions et demandes. En effet si toute l'équipe comprend les actions à mener et les bénéfices apportés par celle-ci, il n'y a plus de perte de temps à justifier ces demandes, et certainement plus de facilité à récupérer le contenu dont j'ai besoin pour travailler.

Je n'ai connu certains outils qu'en fin de formation (Google My Business), et maintenant que je les connais et appris à en maîtriser le potentiel, je sais que c'est une des premières choses à configurer pour le service communication d'une entreprise. Il y a donc certaines actions que je ne ferais pas dans le même ordre.

Cette année m'a permis non seulement d'aller plus loin dans l'application de la méthodologie UX, mais aussi de monter en compétences techniques (expertise, maîtrise des outils pro), en compétences méthodologiques (gestion de projet, réalisation d'études, management...), ainsi qu'en compétences relationnelles (présenter et exposer mon expertise, travailler en distanciel).

Lors de cette formation, j'ai réellement apprécié les personnes avec lesquelles j'ai travaillé. J'ai eu la chance de travailler avec une équipe soudée qui a été à l'écoute de mes propositions et ont participé à les faire évoluer dans le bon sens.

Avec le recul je m'aperçois avoir été plus loin que l'UX et avoir fait du CX (Expérience client)...et avec plus de temps il était possible d'aller beaucoup plus loin encore avec le BX (Expérience de marque)...





IV

Projet professionnel

IV - Projet professionnel

1 - PROJET PERSONNEL

Mon profil

J'ai eu une autre vie professionnelle avant cette formation, j'étais secrétaire comptable et juridique. J'ai occupé plusieurs postes dans des secteurs d'activités très variés (juridique, agricole, automobile, levage). Cette diversité m'a apporté une richesse d'expérience (humaine, gestion des problèmes, organisations, méthodes, analyses des besoins...).

Malgré cela, ce métier ne me correspondait pas complètement. J'ai toujours aimé l'art, le design, réfléchir à des solutions ou méthodes utiles et pratiques, à donner du sens aux actions que j'entreprends. Je dessine beaucoup, m'informe sur les technologies et leur évolution, ainsi que leur impact.

Au retour d'une expatriation au Congo, où, du fait de cette proximité avec des cultures différentes, j'ai appris à penser autrement, je suis rentrée bien décidée à apprendre un métier qui réunirait à la fois mes compétences et mes envies. Pour les besoins d'un projet personnel, j'ai commencé par créer un site e-commerce sous PrestaShop, grâce auquel j'ai réalisé que la voie du numérique m'intéressait. C'est à la suite de recherches et de discussions avec des professionnels que j'ai découvert le métier d'UX Designer, qui réunit les qualités qui me caractérisent tout en faisant appel à mes sensibilités (empathie, observation, créativité, analyse, volonté de faire bien et mieux pour l'utilisateur). J'ai donc commencé à suivre différents cours sur Openclassrooms ainsi que le parcours d'UX Designer, et depuis je me suis totalement investie dans cette voie.

J'ai effectué deux ans en alternance pour la formation de Web Concepteur (CESI / EDICAD) qui m'a permis d'acquérir les bases indispensables pour devenir un bon UX Designer. Cette troisième année s'est inscrite dans une continuité de mon évolution dans le métier, avec la formation de Chef de projet digital.

Mon nouveau métier combiné avec l'ancien, et toute l'expérience humaine que ces derniers m'ont apportés, font de moi, je l'espère, une efficace problem solver.

Compétences acquises

Analyser le besoin et conduire l'étude de faisabilité du projet digital

- Culture web complète et efficiente
- Analyse des besoins en communication digitale de l'entreprise
- Identifier les leviers de croissance de l'entreprise
- Identifier et afficher les DATA nécessaires pour atteindre la cible

Construire une solution digitale intégrée

- Définir une interface utilisateur en fonction de l'expérience utilisateur
- Création de vidéo promotionnelle
- Concevoir une solution digitale (Web App, site web, site e-commerce, application mobile...) en fonction du produit, de la cible et de la stratégie de communication

- Utiliser les méthodes agiles (Scrum, Kanban) au sein des différentes équipes projet

Promouvoir le projet par le plan de communication

- Participer à la définition de la stratégie marketing de l'entreprise
- Définir et mettre en œuvre le plan de communication digitale
- Définir une stratégie de contenu en optimisant le référencement dans le respect de la stratégie de communication
- Maîtriser les principes du référencement naturel
- Mesurer le trafic et l'audience sur différents sites

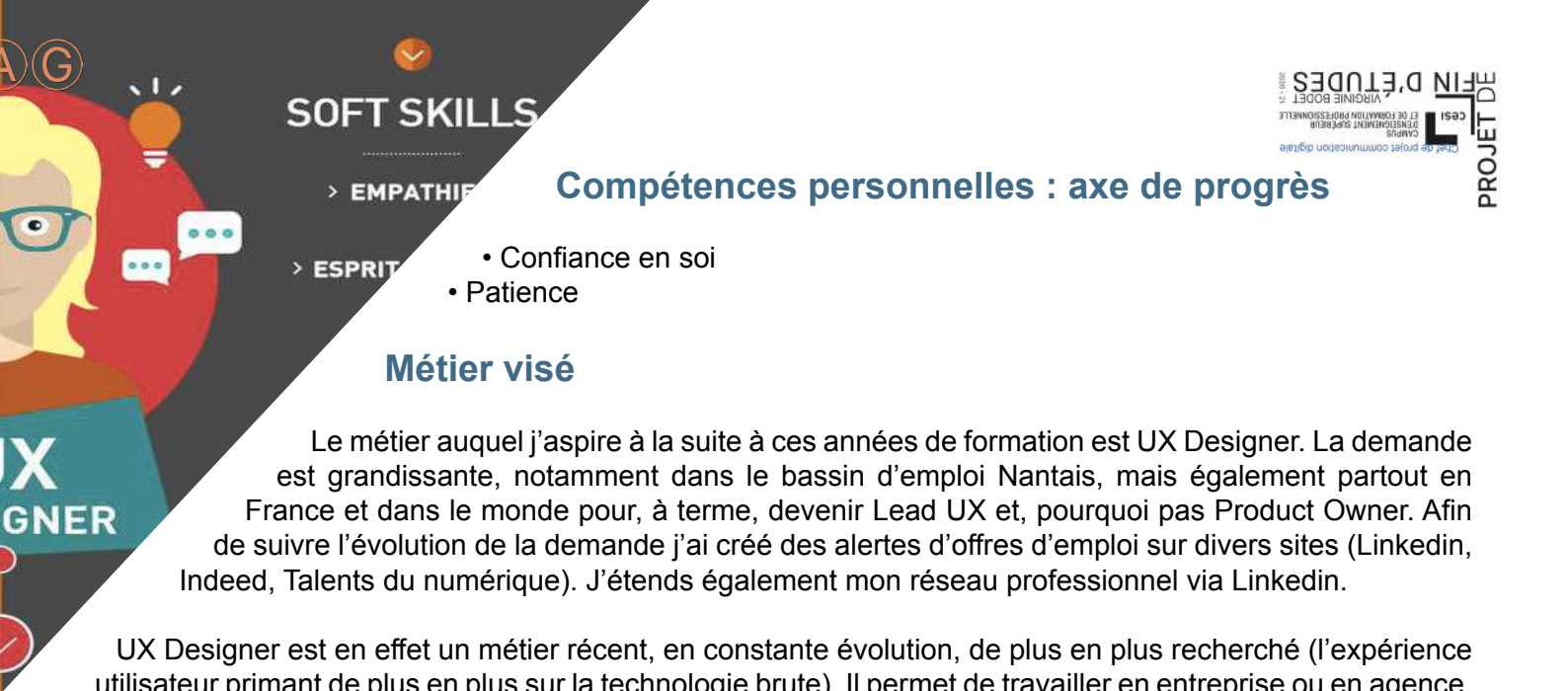
ORGANISATION ET METHODE

- Travail en équipe,

- Travail en autonomie et à distance,
- Conduite de projets (mode projet),
- Présentation de projets et leur avancement,
- Brainstorming,
- Analyse et argumentation des idées,
- Comptes-rendus et demande d'aide si besoin.

COMPÉTENCES PERSONNELLES

- Autodiscipline dans le cadre d'un poste en home office,
- Motivation,
- Curiosité,
- Créativité,
- Dynamisme,
- Empathie,
- Honnêteté,
- Persévérance,
- Esprit d'équipe.



Compétences personnelles : axe de progrès

- Confiance en soi
- Patience

Métier visé

Le métier auquel j'aspire à la suite à ces années de formation est UX Designer. La demande est grandissante, notamment dans le bassin d'emploi Nantais, mais également partout en France et dans le monde pour, à terme, devenir Lead UX et, pourquoi pas Product Owner. Afin de suivre l'évolution de la demande j'ai créé des alertes d'offres d'emploi sur divers sites (Linkedin, Indeed, Talents du numérique). J'étends également mon réseau professionnel via LinkedIn.

UX Designer est en effet un métier récent, en constante évolution, de plus en plus recherché (l'expérience utilisateur primant de plus en plus sur la technologie brute). Il permet de travailler en entreprise ou en agence, dans tout domaine d'activité, partout dans le monde. C'est un métier d'avenir qui me plaît car il concentre esprit d'analyse et de réflexion afin d'aboutir à des sites bien construits, à la fois beaux et intuitifs, rendant l'information accessible à tous.

Les métiers du numérique seront amenés à se développer et évoluer de plus en plus. La crise sanitaire que nous venons de traverser démontre, par exemple, l'immense besoin d'adaptabilité des entreprises. Durant le confinement, internet et les applications web n'ont jamais été autant utilisés pour communiquer, télétravailler et accéder à l'information. Les nouvelles technologies ont pu prouver leur utilité à travers toutes les couches de la société.

Compétences requises et axes de progrès

COMPÉTENCES UX DESIGNER REQUISES

RECHERCHE UTILISATEUR Analyse des usages et des besoins, tests utilisateurs, audits, prise en compte du facteur humain et psychologie cognitive, méthodologie UX (persona, expériences maps, scénarios d'usages), cohérence démarche UX.

CONCEPTION méthodologie de conception (ateliers, gamestorming, design thinking), architecture de l'information, web, mobile, wimp, objets connectés, conception multi-device, maquettage, wireframing et outils de prototypage, graphisme (lisibilité, grilles, typos).

COMMUNICATION présentation orale, qualités des livrables, travail d'équipe.

EMPATHIE OBSERVATION CREATIVITE

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

- Organisation et direction d'ateliers,
- Maîtrise d'un plus grand panel d'outils de prototypage (principe, framer studio, marvel, Invision, Axure),
- Recherche utilisateur en face à face,
- Approfondissement de mes connaissances en PHP et JAVASCRIPT,
- Connaissance des règles typographique.

Mon projet

Après ces trois années de formation j'ai acquis assez de compétences et d'expérience pour commencer en tant que UX Designer junior. Etant donné qu'il n'y a de la place que pour une personne dans le service communication d'EDICAD, et que nous sommes deux alternants, j'ai commencé mes recherches. Je viens de répondre à quelques annonces et projette de m'inscrire sur des sites de recrutement spécialisés IT. L'idéale serait de trouver pour la fin de mon contrat un poste d'UX Designer qui me permettra d'appliquer toutes les connaissances et techniques apprises, afin de gagner en expérience.

Ce qui est particulièrement plaisant dans la branche du numérique, c'est que tout bouge très vite, il faut être en permanence en veille et être curieux des nouveautés...l'ennui dans ses métiers IT n'a pas sa place !

2 - CURRICULUM VITAË



VIRGINIE
BODÉT

Product Owner
UX Designer
Web Concepteur

Après une carrière dans le tertiaire, j'ai suivi une formation de Web Concepteur, puis de Cheffe de Projet Digital avec, en parallèle, un parcours UX.

Pourquoi UX Designer ?

C'est un métier qui me passionne car il réunit les qualités et sensibilités qui me caractérisent : créativité, observation, analyse, bienveillance et empathie. L'UX est présent partout, c'est pourquoi l'amélioration de toute expérience utilisateur, à travers une interface ou un service, est un véritable défi à relever et un réel plaisir à atteindre !

Ce métier, qui s'inscrit dans le prolongement naturel de ma précédente activité, ainsi que toute l'expérience humaine acquise grâce à eux, font de moi, je l'espère, une Problem Solver efficace.



VIRGINIE BODET

Product Owner
UX Designer
Web Concepteur



14 les bilais
44160 PONTCHÂTEAU

bodetvirginie44@gmail.com

06 38 87 96 62

www.virginie-bodet.fr

Expériences IT

2020 - 2021
EDICAD
Cheffe de projet digital &
UX Designer

2019 - 2020
EDICAD
Web Concepteur &
UX Designer

2017
Projet personnel
Conception site e-commerce
Prestashop

Expériences Autres

2011 - 2016
Expatriation Congo
Gestionnaire de contrat Total

1996 - 2017
Administratif
(Ordre des avocats, Chambre
d'agriculture, CPAM, Concessionnaire)

1995 - 1996
Service militaire
Légion de gendarmerie

Formations

Chef de projet digital
2020 - 2021 CESI Nantes (en cours)

UX Designer
2018 - 2021 Openclassrooms

Web Concepteur
2018 - 2020 CESI Nantes

Site E-commerce PrestaShop
2017 - CFI Atlantique

Bac professionnel Comptabilité
1991 - 1995 St Louis Auray

Compétences

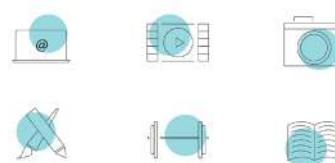
Création de visuel, charte graphique, interview et montage vidéo, maquette interactive, site web WordPress et Prestashop, campagne de mailing, enquête utilisateur et analyse UX, community management, gestion de projet.



Soft Skills

Motivée,
Curieuse,
Créative,
Dynamique,
Empathique,
Honnête,
Persévérante,
Esprit d'équipe.

Centres d'Intérêt





V

Autres

1 - GLOSSAIRE

2D : ou bidimensionnel sont des expressions qui caractérisent un espace conçu en termes de largeur et de hauteur

3D : ou tridimensionnel sont des expressions qui caractérisent l'espace qui nous entoure, tel que perçu par notre vision, en termes de largeur, hauteur et profondeur.

- A -

Accessibilité numérique : mise à la disposition de tous les individus, quels que soient leur matériel ou logiciel, leur infrastructure réseau, leur langue maternelle, leur culture, leur localisation géographique, ou leurs aptitudes physiques ou mentales, des ressources numériques.

Adobe : entreprise informatique éditant des logiciels graphiques dont InDesign, Acrobat, Photoshop, Illustrator et Flash. La société a également édité des logiciels de montage vidéo et audio.

Adobe XD : outil vectoriel développé et publié par Adobe pour la conception et la prototypage de l'expérience utilisateur (UX) pour les applications Web et mobiles.

Arborescence : Organisation hiérarchique des informations, dont la représentation rappelle un arbre et ses branches.

Architecture de l'information : l'art et la science d'exprimer un modèle ou un concept d'information utilisé dans des activités exigeant des détails explicites dans des systèmes complexes.

Agrégateur : entité qui regroupe plusieurs grandeurs ou flux en un seul. Il prévient de la mise à jour de sites web ou des actualités qu'ils publient et importe le contenu nouveau en question.

Audience : indicateur du nombre de personnes atteintes par un média.

- B -

Bamlink : lien pointant vers un site web ou plus exactement une page web.

Back-office : correspond à la partie du site internet qui n'est visible que par l'administrateur du site et qui permet de gérer le contenu, les fonctionnalités du site web.

Balises web : Dans une page web, les titres introduisant le contenu dans l'HTML sont signalés par les balises h1, h2, h3, h4, h5 et h6.

Brainstorming : est une technique formalisée de résolution créative et collective de problème. Elle fut élaborée à partir de 1940 par Alex Osborn.

- C -

CESI : Centre des Études Supérieures Industrielles, groupe d'enseignement supérieur et de formation professionnelle.

Charte graphique : document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité d'une organisation, d'un projet.

CMS : Content Management System, est une famille de logiciels destinés à la conception et à la mise à jour dynamique de sites Web ou d'applications multimédia.

Conception : la création et la conception de site web ou webdesign est la conception de l'interface web, l'architecture interactionnelle, l'organisation des pages, l'arborescence et la navigation dans un site web.

Conversion : désigne la réalisation d'une action spécifique par un internaute sur un site. La nature de l'action dépend des objectifs donnés au site en question.

CRM : ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects.

- D -

DAO : le dessin assisté par ordinateur est une discipline permettant de produire des dessins techniques avec un logiciel informatique.

Design : création d'un projet en vue de la réalisation et de la production d'un produit (objet, espace, service) ou d'un système, qui se situe à la croisée de l'art, de la technique et de la société.

Design thinking : méthode de gestion de l'innovation élaborée à l'université Stanford aux États-Unis dans les années 1980 par Rolf Faste. Il se veut une synthèse entre pensée analytique et pensée intuitive.

Device : un device est un appareil ou un dispositif avec lequel un internaute va naviguer sur Internet.

- E -

Editeur : un éditeur de logiciel est une entreprise qui assure la conception, le développement et la commercialisation de produits logiciels.

E-mailing : publipostage en ligne ou publipostage électronique est une méthode de marketing direct qui utilise le courrier électronique comme moyen de communication commerciale de masse pour envoyer des messages à un auditoire.

E-réputation : se définit comme l'image véhiculée ou subie sur le web d'une entreprise, d'une marque, d'un particulier ou d'un produit sur les différents supports tels que : les moteurs de recherche, les plateformes d'avis, les réseaux sociaux, le bouche à oreille numérique etc...

Ergonomie : étude scientifique des conditions de travail et des relations entre l'être humain et la machine.

- F -

Facebook : société américaine créée en 2004 par Mark Zuckerberg.

Feedback : retour d'expérience, un bilan tiré à l'issue de la réalisation d'une étape.

- G -

Gaimestorming : ensemble de pratiques qui permettent de faciliter l'innovation collaborative et misent en oeuvre dans leur dimension la plus ludique.

Google analytics : outil statistique de Google, qui permet à chaque administrateur de site web de pouvoir analyser son audience.

- H -

Header : Contrairement au body qui change d'une page à l'autre, le header est un élément fixe et commun à toutes les pages d'un site web. Il représente l'image de la marque et son activité. Sa création génère un fichier PHP distinct, qui peut être lu par un serveur HTTP.

Holistique : en épistémologie ou en sciences humaines, relatif à la doctrine qui ramène la connaissance du particulier, de l'individuel à celle de l'ensemble, du tout dans lequel il s'inscrit.

- I -

InDesign : logiciel de PAO produit par Adobe Systems.

Instagram : réseau social et service de partage de photos et de vidéos fondés et lancés en octobre 2010 par l'Américain Kevin Systrom et le Brésilien Michel Mike Krieger.

Interface : une interface définit la frontière de communication entre deux entités, comme des éléments de logiciel, des composants de matériel informatique, ou un utilisateur.

Internet : réseau informatique mondial accessible au public.

- K -

KPI : un indicateur clé de performance – KPI en anglais – est un indicateur utilisé pour l'aide à la décision dans les organisations. Les ICP sont utilisés particulièrement en gestion de la performance organisationnelle.

- L -

LinkedIn : LinkedIn est un réseau social professionnel en ligne créé en 2002 à Mountain View en Californie.

Logo : composition figurée servant à identifier visuellement, de façon immédiate une entreprise, une marque, une association, etc...

- M -

Maillage interne : désigne le mode d'organisation des liens internes à un site web. Il permet d'optimiser la navigation au sein d'un site et joue également un rôle dans le domaine du référencement naturel / SEO.

Marketing : Ensemble des techniques qui ont pour objet la stratégie commerciale et notamment l'étude de marché.

- N -

Navigation : la navigation sur un site Web est conçu par un ensemble de liens qui permet d'accéder à aux principaux contenus d'un site Internet. Le menu de navigation ou (barre de navigation) est généralement placé horizontalement dans la partie supérieure ou verticalement sur la gauche de la page Web.

Netlinking : ou tissage de liens est l'augmentation du nombre de liens hypertextes menant vers un site web, à partir de sites dont le public correspond à celui visé. Il peut se faire naturellement ou plus artificiellement par échange ou achat de liens.

- O -

On Premise : infrastructures informatiques et logicielles hébergées et maintenues par le propre service informatique de l'entreprise.

- P -

Page web : ensemble des informations d'un site Internet qui apparaissent à l'écran.

Photoshop : logiciel de retouche, de traitement et de dessin assisté par ordinateur. Édité par Adobe, il est principalement utilisé pour le traitement des photographies numériques, mais sert également à la création ex nihilo d'images.

Personas : un personnage imaginaire représentant un groupe ou segment cible.

Plan de management : synthèse des moyens humains et financiers nécessaires à sa réalisation d'une mission.

Plugin : module d'extension.

Prototypage : ou maquettage est une étape clef dans le processus de création d'un site web. Elle se situe après la réalisation du cahier des charges, et avant la phase de conception web proprement dite.

Prototype : Premier exemplaire d'un modèle construit avant la fabrication.

- R -

Référencement : problématique d'apparition en position favorable dans les résultats naturels des moteurs de recherche. On parle alors de référencement naturel ou SEO.

RGPD : Le règlement n° 2016/679, dit règlement général sur la protection des données, est un règlement de l'Union européenne qui constitue le texte de référence en matière de protection des données à caractère personnel. Il renforce et unifie la protection des données pour les individus au sein de l'Union européenne.

Réseau social : désigne un agencement de liens entre des individus et/ou des organisations, constituant un groupement qui a un sens.

Responsive : site web adaptatif dont la conception vise, grâce à différents principes et techniques, à offrir une consultation confortable sur des écrans de tailles très différentes.

ROI : le retour sur investissement est exprimé en pourcentage. Son abréviation est ROI pour return on investment. Concrètement, ce dernier permet de comparer des investissements en prenant en compte l'argent investi et l'argent gagné (ou perdu).

- S -

SaaS : Software as a Service ou en français : logiciel en tant que service, est une solution logicielle applicative hébergée dans le cloud et exploitée en dehors de l'organisation ou de l'entreprise par un tiers, aussi appelé fournisseur de service.

SAV : le service après-vente est un des services d'une entreprise, assurant la mise en marche, l'entretien et la réparation d'un bien que cette entreprise a vendu ou pas.

SEO : optimisation pour les moteurs de recherche, référencement naturel.

Site web : ensemble de pages web et de ressources reliées par des hyperliens, défini et accessible par une adresse web.

- T -

Tutoriel : guide d'apprentissage pratique qui montre ou décrit une manière d'atteindre un objectif clairement défini, étape par étape.

Twitter : réseau social de microblogage géré par l'entreprise Twitter Inc.

- U -

Utilisabilité : degré selon lequel un produit peut être utilisé, par des utilisateurs identifiés, pour atteindre des buts définis avec efficacité, efficience et satisfaction, dans un contexte d'utilisation spécifié.

Utilisateur : un utilisateur est un internaute qui « utilise » notre site pour consulter des informations, acheter un produit, etc.

UI : UI est l'acronyme anglais de "User Interface". L'UI Design désigne la conception de l'interface utilisateur pour une application, un logiciel ou tout dispositif digital. Le design est le processus qui permet de concevoir l'interface homme-machine. Dans sa définition, l'UI Design englobe donc tout ce qui s'apparente au graphisme, à l'aspect et à l'agencement.

URL : couramment appelée adresse web, est une chaîne de caractères uniforme qui permet d'identifier une ressource du World Wide Web par son emplacement et de préciser le protocole internet pour la récupérer.

User centric : philosophie et démarche de conception surtout présente en ergonomie informatique, où les besoins, les attentes et les caractéristiques propres des utilisateurs finaux sont pris en compte à chaque étape du processus de développement d'un produit

UX : L'expérience utilisateur (en anglais, User Experience), est une notion de plus en plus courante là où l'on utilisait, encore récemment, les notions d'ergonomie des logiciels et d'utilisabilité.

- V -

Veille : consiste à collecter des informations stratégiques pour permettre d'anticiper les évolutions et les innovations. Dans une perspective de développement durable, la veille est un élément essentiel pour prévenir les risques.

- W -

Web : World Wide Web, littéralement la « toile à l'échelle mondiale ».

Webdéo : désigne une version de démonstration d'un logiciel via internet, le plus souvent utilisée à des fins promotionnelles.

Wireframe : schéma d'une page web ou d'un site web. Ce schéma est utilisé lors des étapes préliminaires à la conception d'une interface web.

WordPress : système de gestion de contenu capable de gérer un site web. En d'autres mots il s'agit d'un CMS (Content Management System) populaire qui est né en 2003 et qui est extrêmement populaire.

- Y -

Youtube : site web d'hébergement de vidéos et un média social sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos en streaming.

- Z -

Zonning : pratique qui consiste à « découper » et représenter les différentes zones et les types de contenus qui leurs sont affectés pour un type de page du site.

2 - BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE

WEBOGRAPHIE

EDICAD

<https://www.edicad.com/>
<https://www.facebook.com/Edicad-362517497281827>
<https://www.linkedin.com/company/6873248/admin/>
https://twitter.com/EDICAD_Software

VEILLE

CONCURRENTS

<https://www.autodesk.fr/>
<https://www.nemetschek.com/>
<https://www.abvent.com/>
<https://www.allsystems.fr/>

WEB DESIGN

<https://www.leptidigital.fr/ux/>
<https://www.ux-republic.com/>
<https://newflux.fr/>
<https://www.lafermeduweb.net/>
<https://www.blogduwebdesign.com/>
<https://www.cnil.fr/fr/>
<https://www.zdnet.fr/>
<https://wpformation.com/>
<https://wpmarmite.com/>
<https://www.w3c.fr/>

UX

<https://www.ux-republic.com/>
la-communication-de-lux-au-sein-dune-equipe/
<https://www.cpmerhone.fr/conseil/visibilite-reseaux-sociaux/>
<http://www.eclaireursdelacom.fr/>

[ux-et-communication-tant-a-partager/](https://blog.yabawt.com/ux-design/comment-augmenter-votre-taux-de-conversion-grace-a-l-experience-utilisateur/)

<https://blog.yabawt.com/ux-design/comment-augmenter-votre-taux-de-conversion-grace-a-l-experience-utilisateur/>
<https://lareclame.fr/140867-dossier-innovation-ux>
<https://blog-ux.com/lux-pousse-linnovation-dans-le-domaine-du-marketing-et-de-la-publicite/>
<https://www.usabilis.com/ergonomie-cognitive/>
<https://www.search-foresight.com/>
comment-allier-ux-et-seo-lors-dune-refonte/

OUTILS

<https://www.adobe.com/fr/products/photoshop.html>
<https://www.adobe.com/fr/products/illustrator.html>
<https://www.adobe.com/fr/products/indesign.html>
<https://www.adobe.com/fr/products/premiere.html>
<https://www.adobe.com/fr/products/audition.html>
<https://www.adobe.com/fr/products/aftereffects.html>
<https://www.adobe.com/fr/products/xd.html>
<https://filezilla.fr/>
<https://code.visualstudio.com/>
<https://teams.microsoft.com/>
<https://elementor.com/>
<https://fr.wordpress.org/>
<https://powerbi.microsoft.com/fr-fr/>
<https://www.sarbacane.com/>
<https://whimsical.com/>
<https://uxpressia.com/>

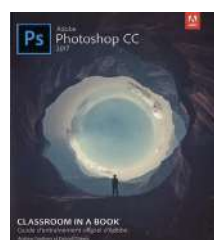
BIBLIOGRAPHIE



Créer vos site Web avec Wordpress
 Simon Kern
 3e Edition



Méthodes de design UX
 CarineLALLEMAND avec Guillaume gronier
 2e Edition

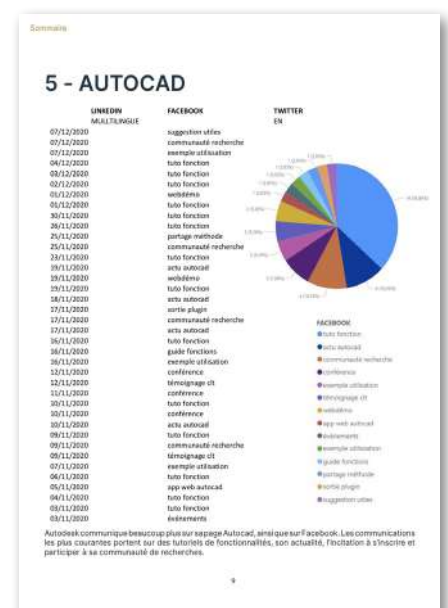
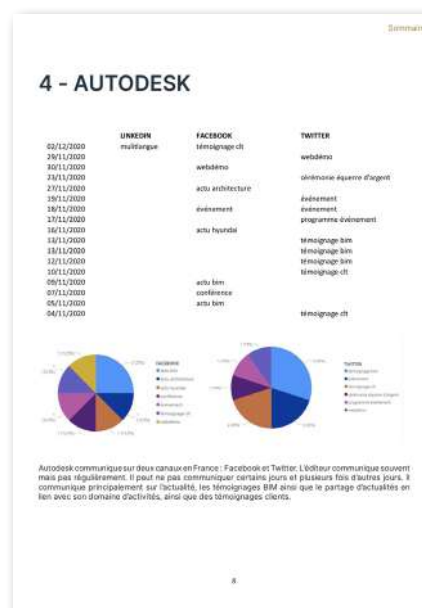
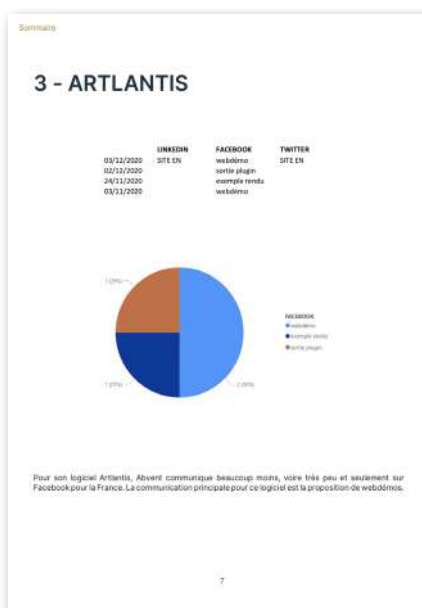
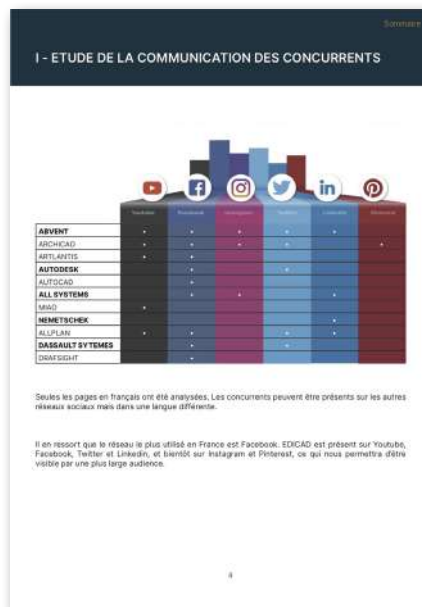


Adobe Photoshop CC
 Andrew Faulkner et Conrad Chavez
 Edition 2017

3 - ANNEXES

Annexe 1 Benchmark	96
Annexe 2 Charte graphique d'EDICAD	97
Annexe 3 Persona Architecte	105
Annexe 4 Personna Maître d'oeuvres	105
Annexe 5 Persona Constructeur maison individuelle	106
Annexe 6 Persona Artisan BTP	106
Annexe 7 Persona Distributeur	107





6 - ALL SYSTEMS

LINKEDIN
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
offre
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

FACEBOOK
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

TWITTER
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

AI Systems communique très peu sur les réseaux sociaux : leur communication est irrégulière, ils communiquent principalement sur les concours qu'ils organisent et sur les tutoriels de fonctionnalités.

7 - MIAO

AI Systems ne fait aucune communication sur les réseaux sociaux pour son logiciel Miao, hormis une chaîne Youtube composée de tutoriels.

8 - ALLPLAN

LINKEDIN
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

FACEBOOK
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

TWITTER
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

Concernant les pages Françaises, Nemetschek communique uniquement sur LinkedIn en page privée. Nemetschek communique beaucoup plus sur son logiciel Allplan, principalement sur Facebook et LinkedIn. Leur communication est régulière et porte surtout sur leurs webinaires, leurs offres spéciales ainsi que leurs formations.

9 - DASSAULT SYSTEMES

LINKEDIN
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

FACEBOOK
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

TWITTER
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

Dassault Systèmes communique régulièrement, plusieurs fois par jour sur Twitter, son principal canal de communication en France. Il communique beaucoup moins sur Facebook mais régulièrement.

10 - DRAFTSIGHT

LINKEDIN
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

FACEBOOK
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

TWITTER
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

Dassault Systèmes ne communique sur son logiciel Draftsight, que sur Facebook. La communication est irrégulière et quasi quotidienne. Ils communiquent principalement sur des tutoriels de fonctionnalités et des témoignages de clients.

III - OPTIMISATION DE L'AUDIENCE

1 - QUAND PUBLIER ?

À quel moment est-il le plus judicieux de publier sur les réseaux sociaux pour toucher son audience ? En effet, la meilleure heure de publication dépend du réseau social : chacun a une heure qui convient le mieux à ses abonnés. Par exemple, la meilleure heure de publication sur Twitter n'est pas la même que celle la plus indiquée pour publier sur Instagram, car les usages ne sont pas les mêmes.

Le community management est important dans la communication, et pour atteindre son audience cela prend du temps. Ce temps est à remettre de la façon la plus stratégique possible en diffusant, par exemple, un calendrier de publications intégrant les heures de publications les plus appropriées par réseau social.

Quand publier sur Facebook
13h00 - 16h00

Quand publier sur LinkedIn
10h00 - 11h00

Quand publier sur Twitter
12h00 - 13h00

Quand publier sur YouTube
15h00 - 16h00

11 - DRAFTSIGHT

LINKEDIN
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

FACEBOOK
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

TWITTER
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

Dassault Systèmes ne communique sur son logiciel Draftsight, que sur Facebook. La communication est irrégulière et quasi quotidienne. Ils communiquent principalement sur des tutoriels de fonctionnalités et des témoignages de clients.

12 - DRAFTSIGHT

LINKEDIN
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

FACEBOOK
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

TWITTER
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction
tuto fonction

Dassault Systèmes ne communique sur son logiciel Draftsight, que sur Facebook. La communication est irrégulière et quasi quotidienne. Ils communiquent principalement sur des tutoriels de fonctionnalités et des témoignages de clients.

c. Sales Navigator

LinkedIn Sales Navigator est un puissant outil de prospection en ligne, qui aide à entrer en contact avec les bonnes personnes, et à établir des relations pertinentes avec les prospects pour interagir avec eux.

Nous avons accès aux personnes qui ne font pas partie de notre réseau. Cet outil est réellement utile pour évaluer différemment et avoir accès aux informations qui ont un intérêt pour nous et le développement d'EDICAD. C'est un excellent moyen d'obtenir une relation qualitative avec notre clientèle cible, d'abord virtuellement puis de façon plus concrète, en la fidélisant.

En ayant connaissance des actualités et des expériences de nos prospects, nous pouvons directement les contacter et engager une conversation à leur sujet, selon leurs fonctions, leurs dernières actions, leurs dernières carrières, leurs publications, etc. L'outil de conversation permet de générer des leads : eux-mêmes ! Aller à leur rencontre de manière intelligente est la clé d'un Social Selling réussi, et LinkedIn Sales Navigator le révèle être si utile aide très précieuse.

Cibler ses prospects et affiner sa prospection

Dans notre stratégie, il est essentiel de définir nos buyer personas. Étudier des profils types de vos clients, et utiliser Sales Navigator pour les trouver. Sales Navigator permet de mesurer, comprendre et agir selon le positionnement de nos prospects. Notre clientèle cible est, avec l'aide de cet outil, affiné.

Un flux d'actualité différent et plus ouvert

Avec son flux d'actualité, nous avons accès aux informations qui circulent à propos de nos prospects en naviguant sur le réseau social. Le flux d'actualité est SEULEMENT composé des actualités de nos prospects ou entreprises cibles.

Cela nous permet de mieux connaître nos clients, de savoir où ils se situent dans leur prise de décision, et donc de nous positionner par rapport à tous ces éléments et adapter notre communication.

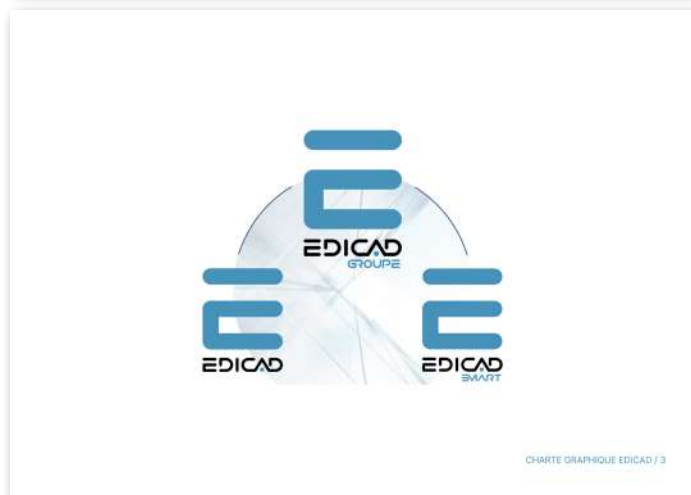
20

20





01 DESIGN DES ÉLÉMENTS	03 DIGITAL
6 Logotype 12 Zone de protection 13 Taille minimum 14 Variantes 19 Palette de couleurs 20 Typographie 21 Pictogrammes	34 Site web 36 Mailing 38 Réseaux sociaux 42 Signature mail
02 DOCUMENTS	04 SUPPORTS PROMOTIONNELS
24 Carte de visite 25 Administratif 26 Powerpoint 30 Plaquette	46 Salon BIMWorld 2021 47 Séminaire EDICAD juillet 2021



01 DESIGN DES ÉLÉMENTS

LOGOTYPE

Les éléments composant le logo d'EDICAD ne sont pas modifiable ni séparable, sauf concernant l'utilisation d'une photo de profil pour les Réseaux Sociaux, où seul le symbole peut apparaître.



Groupe
Filiiale
Groupe
Raison sociale



Groupe
Raison sociale



RVB 0 - 0 - 0
CMYN 0% 0% 0% 100%
HEX #000000
PANTONE Black 6 C



RVB 40 - 145 - 190
CMYN 77% - 28% - 13% - 1%
HEX #2891BE
PANTONE 7689 C

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

LOGOTYPE

Les deux éléments composant le logo d'EDICADSmart ne sont pas modifiable ni séparable.



EDICAD



EDICAD SMART



RVB 0 - 0 - 0
CMYN 0% 0% 0% 100%
HEX #000000
PANTONE Black 6 C



RVB 40 - 145 - 190
CMYN 77% - 28% - 13% - 1%
HEX #2891BE
PANTONE 7689 C

01 DESIGN DES ÉLÉMENTS

LOGOTYPE

Les éléments composant le logo d'Architech.PC ne sont pas modifiable.

Pour les besoins d'une communication, il est possible de ne faire apparaître que le symbole.



Symbole Raison sociale



RVB 0 - 0 - 0
CMYN 0% 0% 0% 100%
HEX #000000
PANTONE Black 6 C



RVB 46 - 169 - 221
CMYN 71% - 14% - 3% - 0%
HEX #2EA9D0
PANTONE 298 C



RVB 255 - 255 - 255
CMYN 0% - 0% - 0% - 0%
HEX #FFFFFF
PANTONE 11-4800 TPX
Blanc de Blanc

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

LOGOTYPE

Les éléments composant le logo de KutchCAD ne sont pas modifiables.

Pour les besoins d'une communication, il est possible de ne faire apparaître que le symbole.



RVB 86 - 167 - 166
CMYN 67% - 15% - 37% - 1%
HEX #56A7AB
PANTONE 2233 C



RVB 255 - 255 - 255
CMYN 0% - 0% - 0% - 0%
HEX #FFFFFF
PANTONE 11-4800 TPX
Blanc de Blanc

RVB 0 - 0 - 0
CMYN 0% 0% 0% 100%
HEX #000000
PANTONE Black 6 C

CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 9

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

Symbole Raison sociale



RVB 128 - 128 - 128
CMYN 45% - 39% - 38% - 20%
HEX #808080
PANTONE 427B C

RVB 50 - 50 - 50
CMYN 69% - 60% - 56% - 66%
HEX #323232
PANTONE 412 C



RVB 0 - 154 - 228
CMYN 74% - 18% - 0% - 0%
HEX #00AEE4
PANTONE 2191 C

RVB 50 - 50 - 50
CMYN 69% - 60% - 56% - 66%
HEX #323232
PANTONE 412 C



TSB 190° - 100% - 85%
RVB 0 - 164 - 228
CMYN 74% - 18% - 0% - 0%
HEX #00AEE4

RVB 50 - 50 - 50
CMYN 69% - 60% - 56% - 66%
HEX #323232
PANTONE 412 C



10 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

Symbole Raison sociale



RVB 130 - 195 - 140
CMYN 54% - 0% - 58% - 0%
HEX #62C38C
PANTONE 2247 C

RVB 50 - 50 - 50
CMYN 69% - 60% - 56% - 66%
HEX #323232
PANTONE 412 C



RVB 240 - 135 - 30
CMYN 0% - 56% - 93% - 0%
HEX #F9B7E
PANTONE 1495 C

RVB 50 - 50 - 50
CMYN 69% - 60% - 56% - 66%
HEX #323232
PANTONE 412 C

LOGOTYPE

Les éléments composant les logos des logiciels de la suite d'EDICAD, ne sont pas modifiables ni séparables, sauf concernant l'utilisation d'une photo de profil pour les Réseaux Sociaux, où seul le symbole peut apparaître.



CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 11

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

ZONE DE PROTECTION

Une zone de protection n'est pas obligatoire, mais dans le cadre de son utilisation, voici un exemple d'utilisation.

Afin de garantir l'intégrité de la de l'image de marque, aucun élément graphique d'un autre logo ne doit se superposer au logo d'EDICAD et d'EDICADSmart ou de leurs logiciels.



12 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

TAILLE MINIMUM

La hauteur minimale des logos est de 9 mm ou 100 pixels.

Pour une utilisation de plus grande taille (signalisation de site), en règle générale la taille du logo doit être agrandie pour permettre une bonne visibilité.



CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 13

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

VARIANTES

La version couleur du logo doit être utilisée en priorité.

Lorsque la version couleur ne peut être utilisée, 4 alternatives sont présentées.

Les logos peuvent être utilisés sur un visuel photo ou une couleur adaptée à sa couleur ou l'alternative.

Privilégier cependant l'alternative 1 pour tout visuel photo.

Alternative 1
Logo blanc sur fond foncé (blanc 100%)

Alternative 2
Logo blanc et noir sur fond foncé (blanc et noir 100%)

Alternative 3
Gris sur fond clair (gris 166 166 166 CMYK 0% - 0% - 0% - 30% 46GMS40)

Alternative 4
Noir sur fond clair (noir 100%)



Télécharger le logo

14 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

VARIANTES

Il est possible d'adapter la couleur des logos d'EDICAD Groupe à celles des logos de sa suite de logiciel.

Quelques exemple ci-contre.

RVB 0 - 0 - 0
CMYN 0% - 0% - 0% - 0%
HEX #000000
PANTONE Black 6 C

RVB 0 - 164 - 228
CMYN 74% - 18% - 0% - 0%
HEX #00AEE4
PANTONE 2191 C

RVB 130 - 195 - 140
CMYN 54% - 0% - 58% - 0%
HEX #62C38C
PANTONE 2247 C

RVB 240 - 135 - 30
CMYN 0% - 56% - 93% - 0%
HEX #F9B7E
PANTONE 1495 C



CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 15

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

VARIANTES

La version couleur du logo doit être utilisée en priorité.

Lorsque la version couleur ne peut être utilisée, 2 alternatives sont présentées pour les logos ArchiTECH, PC et KutchCAD. 3 alternatives pour les logos de la suite Web.



16 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

Alternative 1

Logo blanc sur fond foncé (blanc 100%)

Alternative 2

Couleur et blanc (blanc 100%) sur fond foncé

Alternative 3

Noir sur fond clair (noir 80%)

Télécharger le logo

CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 17

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

VARIANTES

Une version de logo est utilisée pour l'identification du logiciel sur des visuels. Visuels utilisés sur les réseaux sociaux ou autre support web ou print.

Une marge de 20 px doit être respectée entre le logo et le bord du visuel.

Télécharger le logo

18 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

PALETTE DE COULEURS

1 - Couleurs premières

2 - Couleurs complémentaires :

Pour les blocs de couleur titre sur les couvertures ou les pages intérieures et les graphiques, ainsi que l'utilisation pour les sites webs.

1 - Couleurs premières

RVB 128 - 128 - 128
CMYK 40% - 40% - 40% - 0%
HEX #808080
PANTONE 4278 C

RVB 130 - 195 - 140
CMYK 54% - 0% - 56% - 0%
HEX #82C38C
PANTONE 2247 C

RVB 50 - 50 - 50
CMYK 60% - 60% - 56% - 66%
HEX #323232
PANTONE 412 C

2 - Couleurs complémentaires

RVB 34 - 43 - 52
CMYK 85% - 69% - 53% - 84%
HEX #222834
PANTONE 4280 C

RVB 52 - 92 - 142
CMYK 86% - 61% - 22% - 6%
HEX #345C8C
PANTONE 653 C

RVB 25 - 112 - 153
CMYK 85% - 48% - 21% - 6%
HEX #19709B
PANTONE 2101 C

RVB 47 - 168 - 221
CMYK 71% - 15% - 2% - 0%
HEX #2FABDD
PANTONE 298 C

RVB 0 - 164 - 228
CMYK 45% - 10% - 0% - 0%
HEX #00A4E4
PANTONE 2191 C

RVB 240 - 135 - 90
CMYK 0% - 50% - 93% - 0%
HEX #F0871E
PANTONE 1495 C

RVB 0 - 0 - 0
CMYK 0% - 0% - 0% - 0%
HEX #000000
PANTONE Black 6 C

RVB 61 - 110 - 113
CMYK 75% - 34% - 49% - 21%
HEX #3D7471
PANTONE 4166 C

RVB 100 - 193 - 195
CMYK 58% - 1% - 27% - 0%
HEX #9DC1C3
PANTONE 370 C

RVB 70 - 146 - 170
CMYK 71% - 27% - 26% - 5%
HEX #4692AA
PANTONE 2220 C

RVB 255 - 185 - 102
CMYK 0% - 34% - 64% - 0%
HEX #FFB966
PANTONE 1465 C

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

TYPOGRAPHIE

Afin de garantir une image cohérente et reconnaissable sur tous les supports de communication, EDICAD utilise les mêmes polices de caractères.

Inter UI est préconisée pour le print et Roboto pour les affichages écrans (sites et interfaces logiciels).

Ceci n'est qu'un extrait de la palette des deux polices, il est possible d'utiliser toutes les variations (light, italic, etc)

INTER UI

LIGHT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz

REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz

BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz

ROBOTO

LIGHT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz

REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz

BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
xyz

20 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DESIGN DES ÉLÉMENTS 01

PICTOGRAMMES

Les pictogrammes sont utilisés pour une meilleure compréhension de nos différents produits et messages.

Les icônes peuvent être utilisées avec une des couleurs de la palette de couleurs premières et complémentaires.

Elle peuvent être utilisées blanches sur un fond de couleur.

CONTACT

Téléchargement, Salon, Formation, Certification, Site Web, Mise à jour, Webdém, Enquête/Questionnaire, Economie, Carrière, Animation, Réseaux

CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 21

DESIGN DES ÉLÉMENTS 02

22 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD

DOCUMENTS

CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD / 23

DOCUMENTS 02

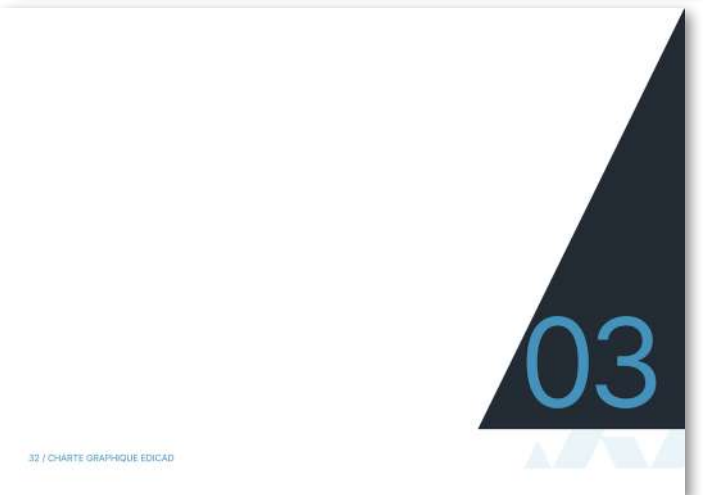
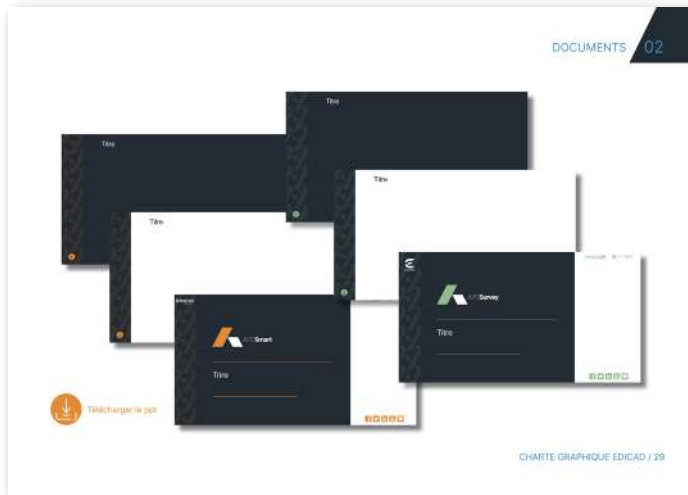
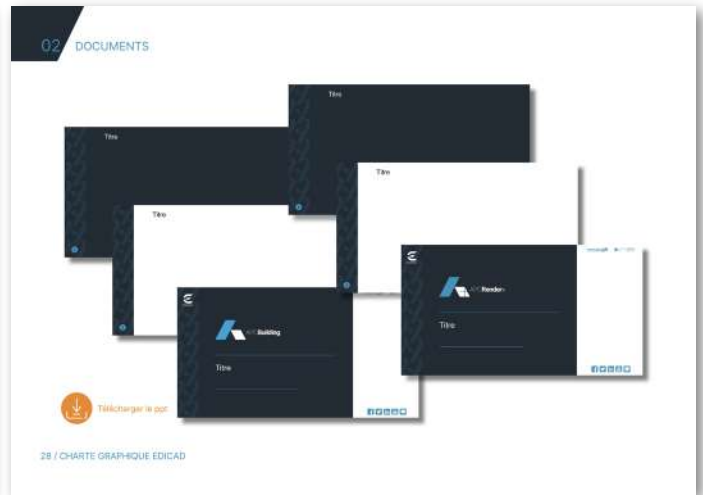
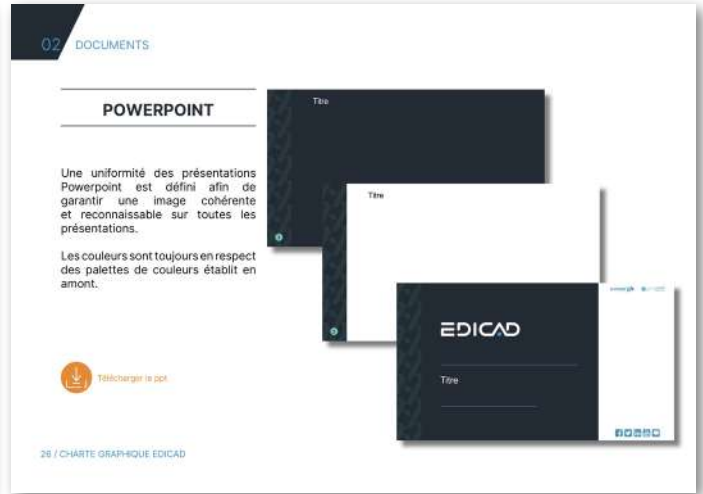
CARTE DE VISITE

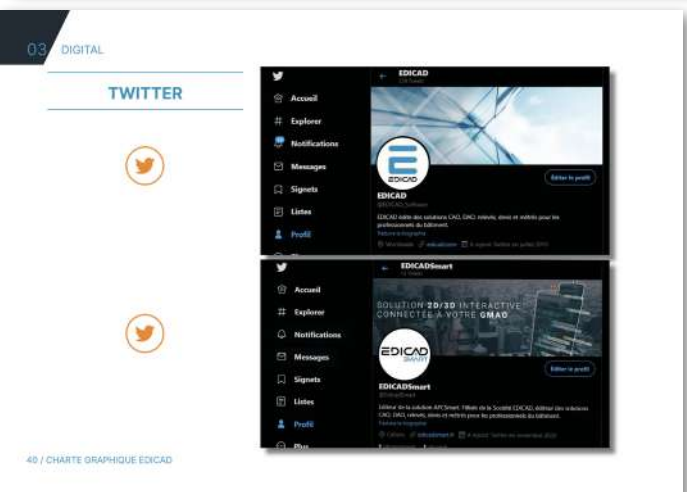
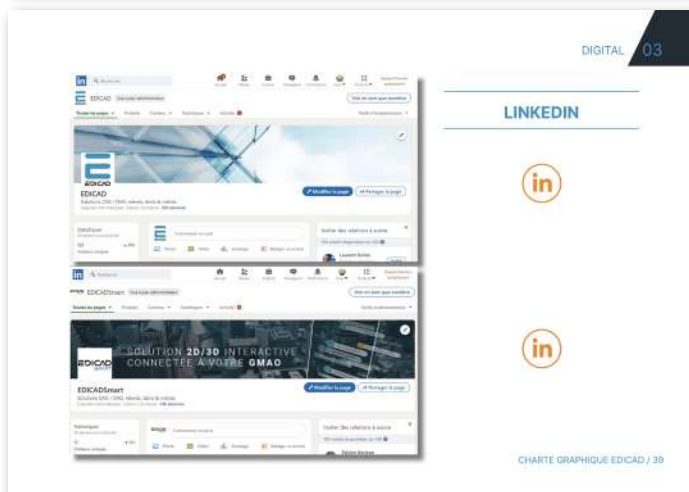
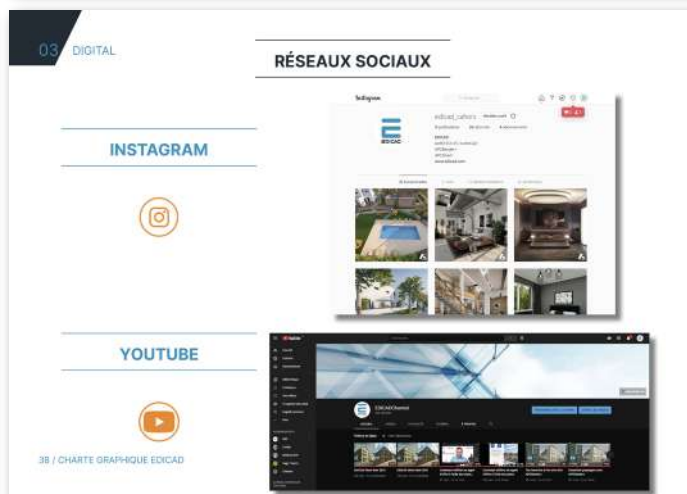
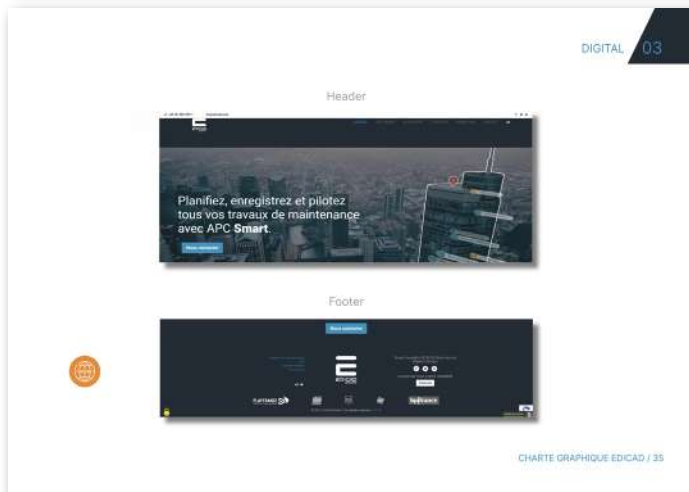
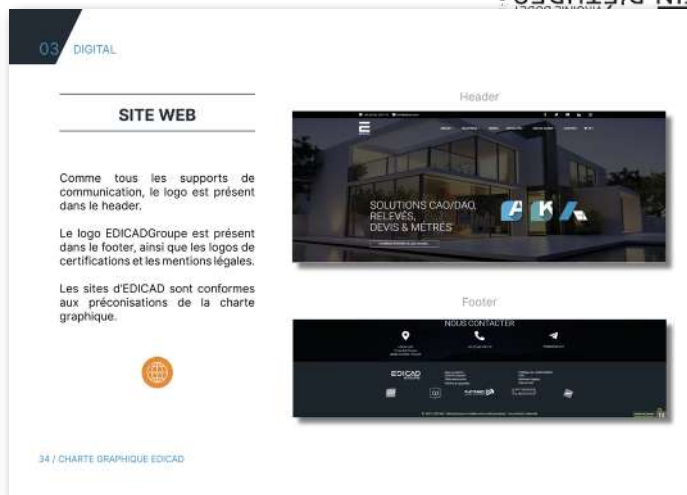
Afin de garder une continuité cohérente avec l'image et la communication d'EDICAD, la charte graphique est appliquée sur les cartes de visites.

Recto

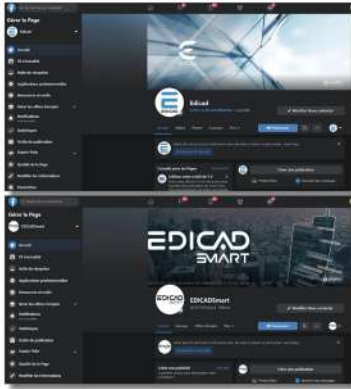
Verso

24 / CHARTÉ GRAPHIQUE EDICAD





DIGITAL 03



FACEBOOK



CHARTRE GRAPHIQUE EDICAD / 41

03 DIGITAL

SIGNATURE

Rendu HTML dans le navigateur Chrome

Les signatures de mail respectent la charte graphique. Elles sont insérées grâce au code HTML fourni à chaque employé.



42 / CHARTRE GRAPHIQUE EDICAD

DIGITAL 03

Rendu HTML dans Outlook



CHARTRE GRAPHIQUE EDICAD / 43

04

04 SUPPORTS PROMOTIONNELS

SUPPORTS PROMOTIONNELS

EXEMPLES

STAND
PARAPLUIE

SALON BIMWorld 2021



46 / CHARTRE GRAPHIQUE EDICAD

SUPPORTS PROMOTIONNELS 03

Séminaire juillet 2021



CHARTRE GRAPHIQUE EDICAD / 47



Service communication
EDICAD SAS - 31 rue des Pins
46000 CAHORS - FRANCE
www.edicad.com





CAMILLE

Architecte

PROFIL

- 30 - 65 ans
- 36k - 72k
- Mariée avec enfant

Je suis passionnée par mon métier, et suis actuellement à la recherche de matériaux originaux pour un nouveau projet.

PARCOURS UTILISATEUR

- . Recherche et sélectionne des produits originaux et des réalisations effectuées avec ces produits.
- . Découvre les services d'EDICAD en ligne destinés aux pros.
- . Accède aux documents mis à disposition en téléchargement.
- . Consulte les réalisations et s'en sert comme support auprès des prospects.

OBJECTIF

- . Utiliser un logiciel intuitif au visuel 3D réaliste.
- . Utiliser des outils de calcul et de visualisation mis à disposition sur le web.
- . Télécharger des documents (BIM, brochures, catalogues,...)

QUESTION

- . Qu'est-ce qui différencie EDICAD des autres éditeurs ?
- . Comment puis-je entrer en contact avec EDICAD ?
- . Leur logiciels sont-ils à la hauteur ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.

ANNEXE 4



GUILLAUME

Maître d'œuvre

PROFIL

- 30 - 60 ans
- 40k - 55k
- Mariée avec enfants

J'aime piloter des projets, les phases de recette et répondre positivement aux attentes du maître d'ouvrage.

PARCOURS UTILISATEUR

- . Se tient au courant des dernières normes et lois dans son domaine de compétence.
- . Prescripteurs, ils recherchent en ligne des informations sur les produits et la réglementation.

OBJECTIF

- . Utiliser un logiciel intuitif lui permettant d'utiliser le BIM et de pouvoir partager les documents nécessaires avec tous les acteurs du bâtiment.
- . Principales utilisations du logiciel est la communication et l'échange d'informations et documents ainsi que le calcul des métrés et devis.

QUESTION

- . Es-ce que les logiciels d'EDICAD sont BIM ?
- . Quel est le coût de leurs logiciels ?
- . Le SAV est-il réactif en cas de problème ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.



SABINE

Constructeur de maisons individuelles

PROFIL

- 30 - 60 ans
- 20k - 120k
- Célibataire

Les constructeurs sont des ensembliers de la construction, car ils doivent réunir de nombreuses compétences juridiques, financières, de gestion et de management.



PARCOURS UTILISATEUR

- . Recherche et sélectionne des produits originaux.
- . Recherche d'artisans qualifiés.
- . Se tient au courant des tendances.
- . Surveille l'actualité juridique dans le domaine de l'immobilier.



OBJECTIF

- . Utiliser un logiciel intuitif ou visuel 3D réaliste.
- . Utiliser des outils photoréaliste pour faciliter les démarches administratives.
- . Réalisation de maquette réalistes pour les clients.



QUESTION

- . Qu'est-ce qui différencie EDICAD des autres éditeurs ?
- . Comment puis-je entrer en contact avec EDICAD ?
- . Leurs logiciels sont-ils à la hauteur ?



RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.

ANNEXE 6



NICOLAS

Artisan du bâtiment

PROFIL

- 25 - 55 ans
- 35k - 45k
- Mariée



Être artisan, c'est plus qu'un métier...c'est une passion !



PARCOURS UTILISATEUR

- . Cherche les nouvelles tendances et techniques.
- . Se renseigne sur les machines et outillages nécessaires à son métier.
- . Surveille les derniers arrivages de matériaux.



OBJECTIF

- . Utiliser un logiciel intuitif lui permettant d'utiliser le BIM.
- . Que le logiciel utilisé calcul automatiquement la quantité de matériaux nécessaires, à partir des plans fournis.



QUESTION

- . Quel est le coût de leurs logiciels ?
- . Leurs logiciels sont-ils simple d'utilisation et fiable ?
- . Vont-ils m'apporter un gain de temps ?



RELATION À LA TECHNOLOGIE

Bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.



ALAIN

Distributeur

PROFIL

- 30 - 60 ans
- 35k - 90k
- Marié

“ Un bon distributeur de logiciel doit être disponible et à l'écoute des besoins du client, pour être de bon conseil.

PARCOURS UTILISATEUR

- . Recherche et sélectionne les nouveaux logiciels pouvant intéresser ses clients.
- . Découvre de nouveaux produits et leur utilisation.
- . Accède aux documents mis à disposition en téléchargement.
- . Se former sur les logiciels vendus.

OBJECTIF

- . Trouver des logiciels qui répondent à la demande.
- . Savoir utiliser les logiciels vendus.
- . Être de bon conseil et avoir des logiciels de qualité.

QUESTION

- . Qu'est-ce qui différencie EDICAD des autres éditeurs ?
- . Comment puis-je entrer en contact avec EDICAD ?
- . Leurs logiciels sont-ils à la hauteur ?

RELATION À LA TECHNOLOGIE

Très bonne

Possède un ordinateur et un smartphone qu'il utilise quotidiennement, à titre personnel et dans le cadre de son activité.



Résumé

VI - Résumé

Créé en 1996, EDICAD est un éditeur de logiciels de CAO / DAO, relevés, devis & métrés. Les logiciels qu'il développe et distribue, ArchiTECH.pc et KutchCAD, proviennent de la même source que leur principal concurrent, ABVENT avec le logiciel Archicad.

EDICAD compte plus de 2000 clients à travers le monde, essentiellement en Europe. Son équipe réunit une vingtaine de collaborateurs.

La reprise d'EDICAD, en 2019, à été l'occasion de définir de nouvelles stratégies commerciales, de communication et de développements technologiques afin de rattraper les retards accumulés auparavant. De nouveaux logiciels voient donc le jour, et la présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux a été largement renforcée. De nombreux partenariats avec des éditeurs leaders ont également été signés.

L'objectif de ce projet d'utiliser au mieux l'UX dans notre communication afin d'acquérir de nouveau prospect/client et de fidéliser les clients actuels. La mise en place de procédures et d'analyses UX permet d'être efficace dans la compréhension de nos utilisateurs.

Afin de répondre au mieux à cette attente, tant au niveau de la Direction d'EDICAD qu'à celles de ses clients, j'applique une logique de travail rigoureuse qui me permettent de mener à bien ce projet.

Ce rapport expose les différentes étapes du projet, ainsi que mon retour d'expérience.



Rapport Professionnel **Fin d'études**

Chef de projet communication digitale 2020

Virginie BODET
CPCD - 2020