



AUDREY ALBA
<https://audreyalba.com>

Portfolio

Chef de projet Web

UX/UI Designer

SEO/SEA Optimisation

Consultante Marketing Digital et Communication



Website



MBTI



LinkedIn

+33(0)6.24.76.56.94
contact@audreyalba.com
linkedin.com/in/audreyalba





À PROPOS

Passionnée de digital, je maîtrise plusieurs aspects de ce domaine.

Autonome mais avec un fort **esprit d'équipe**, je suis apte à mener à bien des projets ambitieux pouvant accroître les performance de l'entreprise.

"[...] il n'y a pas d'échec, il y a juste des contres-performances."

La chute ne me fait pas peur, la preuve en image ...



SOMMAIRE

PARTIE 1 - SITE INTERNET

- *Atelson Paris Site E-Commerce* p.3
- *DeftHedge (site vitrine, Treasury Masters, Communication)* p.4
- *Création d'un site vitrine - Lovelife Travel Blog, Wordpress* p.9
- *Mise en place d'un site e-commerce, Prestashop* p.10
- *Élaboration d'un Chatbot, Voiceflow* p.11

PARTIE 2 - MOCKUP 3D

- *Découverte de l'univers 3D - Au Bon Café* p.12

PARTIE 3 - UX/UI

- *Refonte Apple* p.15
- *Création de mon logo* p.16
- *StatAlumni* p.17

PARTIE 4 - APPLICATION MOBILE

- *Spotify, .Bubble.io* p.18
- *Findcoach* p.20
- *Safer* p.21

Atelson

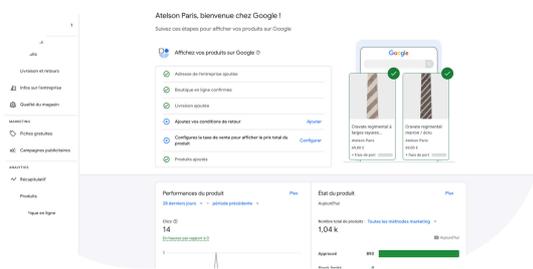
En novembre 2024, dans le cadre de mon rôle en tant que Responsable Marketing Digital et Communication chez Atelson Paris, j'ai eu l'opportunité de travailler sur plusieurs projets visant à renforcer l'image de marque et à dynamiser les performances commerciales.

Dès mon arrivée, j'ai identifié des axes d'amélioration pour le **site internet**, notamment l'intégration de fonctionnalités comme la gestion des cookies, l'**optimisation** du footer, et la **refonte** de la navigation pour offrir une **expérience utilisateur plus fluide**. Parallèlement, j'ai élaboré des stratégies de contenus créatifs pour les **réseaux sociaux**, avec des idées originales de shootings et de campagnes engageantes, toujours en phase avec l'élégance et la modernité d'Atelson.

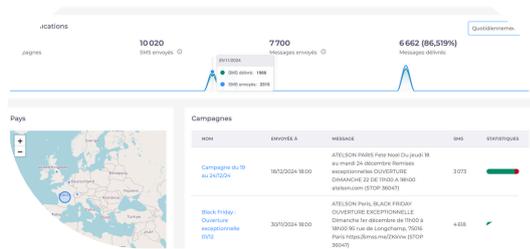
Un des projets clés a été la mise en avant de la nouvelle collection d'hiver, à travers des **shootings** en studio et en extérieur dans des lieux emblématiques de Paris. Ces visuels ont été accompagnés de vidéos dynamiques et d'idées de publications interactives, comme des tutoriels de style, des idées cadeaux, ou encore des jeux concours, afin d'accroître l'engagement et de fidéliser notre audience.

Mon expérience chez Atelson m'a permis de conjuguer stratégie et créativité, tout en valorisant le savoir-faire unique de la marque à travers une communication cohérente et impactante.

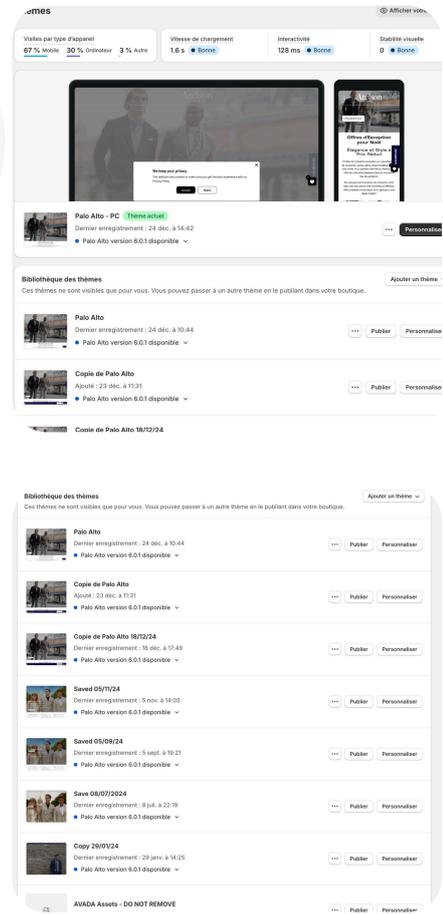
Mise en ligne des produits sur Google Merchand



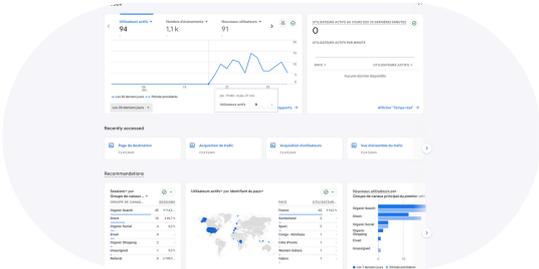
SMS Factory



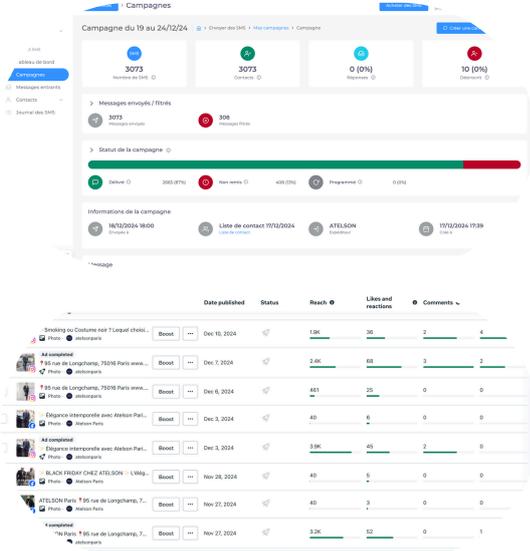
Site Internet



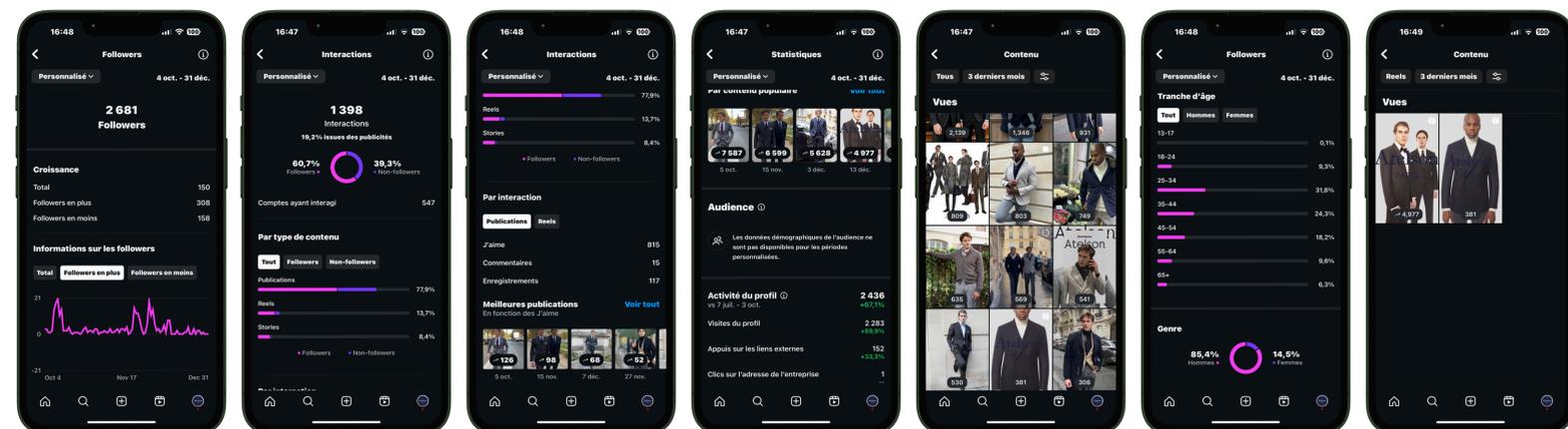
GA4



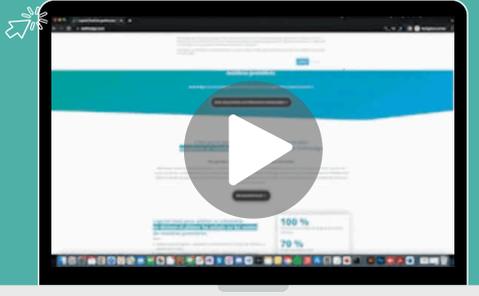
Mailjet



Réseaux Sociaux



Site Vitrine – DeftHedge



Intégration dans l'équipe DeftHedge le 04 octobre 2021 en tant que Directrice Marketing Digital. DeftHedge vend un logiciel SaaS. Créer des reporting et aide à la décision pour gérer le risque de change et de matière première.

Responsabilités :

- Gestion des envois d'e-mails, des newsletters et des invitations aux événements.
- Création de contenu web, y compris des articles de blog.
- Développement de la communication sur les réseaux sociaux.
- Optimisation du référencement naturel (SEO) et payant (SEA).
- Gestion du calendrier et organisation des webinaires.
- Suivi de la base de contacts et analyse des performances marketing.



Logiciel

- Utilisation de différentes techniques dans l'environnement du marketing digital (création de blogs, LP, workflow, sondage, newsletters,...)
- Pratique de logiciels : canva, google analytics, hubspot, brevo (anciennement "sendinblue"), ...

Audit Back end :

Voici la liste des éléments qui manquaient sur le site internet et que j'ai dû mettre à jour afin de performer notre SEO :

- Pas de page "Missing", (titre manquant)
- Titre de page "Dupliquer" : 10
- Titre de page "Over 60 Characters" : 32
- Titre de page "Bellow 30 Characters" : 4
- Titre de page "Multiple" : 0
- Méta-Description "Missing" : 15
- Méta-Description "Duplicate" : 8 Meta
- Description "Bellow 70 Characters" : 1
- Méta-Description "Multiple" : 0
- Onglet H1 "Duplicate" : page du même titre avec la même balise h1 : 10
- Onglet H1 "Multiple" : 7
- Onglet H1 "Missing" : 0
- Page 404 : 4

Date	Terme de recherche	Nombre total de recherches	Pages vues (HitRate) par recherche	Sorties après recherche	Précision des recherches (%)	Temps après recherche	Estime moy (s) par recherche
1. 4 mars 2022	risque de change	4	1	1	25%	00:06:11	4,25
2. 4 mars 2022	risque	2	2	1	50%	00:02:01	21
3. 23 fév 2022	société générale	2	1	0	5%	00:00:59	11
4. 22 sept 2022	conversion	1	1	0	0%	00:00:51	21
5. 4 mars 2022	prévision	1	1	1	100%	00:00:00	0
6. 16 fév 2022	recrutement	1	1	1	100%	00:00:01	0
7. 18 mars 2022	annual	1	3	0	100%	00:01:02	71
8. 25 mars 2022	actuel de devis	1	1	1	100%	00:00:02	0
9. 27 mars 2022	47227676765483102423210	1	1	1	100%	00:00:00	0
10. 26 avr 2022	47227676765483102423210	1	1	1	100%	00:00:00	0
11. 4 mars 2022	year SEO	1	1	0	100%	00:02:34	0
12. 4 mars 2022	Complément	1	1	1	100%	00:01:29	0
13. 4 mars 2022	IFRS	1	1	0	0%	00:01:58	11
14. 12 avr 2022	d	1	1	0	100%	00:00:07	0
15. 4 mars 2022	Risque de change	1	1	0	100%	00:00:14	0
16. 18 mars 2022	coeur	1	1	0	100%	00:00:10	0
17. 19 fév 2022	change	1	1	0	100%	00:01:42	21
18. 1 avr 2022	risque de change	1	2	0	0%	00:01:06	13
19. 19 fév 2022	stage	1	1	0	0%	00:02:20	21
20. 12 avr 2022	47227676765483102423210	1	1	1	100%	00:00:00	0
21. 24 fév 2022	stage	1	1	0	100%	00:02:28	41
22. 24 fév 2022	société générale	1	1	0	0%	00:00:05	11
23. 18 avr 2022	investissement	1	3	0	67%	00:02:13	11
24. 7 mars 2022	change	1	2	1	100%	00:14:34	0
25. 6 fév 2022	47227676765483102423210	1	1	1	100%	00:00:00	0
26. 28 mai 2022	transaction	1	1	0	100%	00:00:58	11
27. 11 nov 2022	compte	1	1	0	0%	00:00:10	11
28. 14 sept 2022	47227676765483102423210	1	1	1	100%	00:00:00	0
Total général		91	1	26	34%	00:00:01	14

10 oct. 2021 - 16 juil. 2023

Données :

- Nouveaux utilisateurs: 34 176
- Pages vues: 62 670
- Sessions: 41 k
- Taux de rebond: 48 %

Centres d'intérêts - Catégorie d'affinité (audience) :

Catégorie d'affinité (audience)	Utilisateurs	Sessions	Pages/session	Durée moyenne des sessions	Taux de rebond
Lifestyles & Hobbies/Business Professionals	4 891	6 501	1,7	00:02:09	34 %

Centres d'intérêts - Segment sur le marché :

Segment sur le marché	Utilisateurs	Sessions	Pages/session	Durée moyenne des sessions	Taux de rebond
Business Services/Business Financial Services	2 561	3 686	1,9	00:02:43	30 %

Données :

- Nouveaux utilisateurs: 34 176
- Pages vues: 62 670
- Sessions: 41 k
- Taux de rebond: 48 %

Plus de ...% du trafic du site DH provient du SEO de google

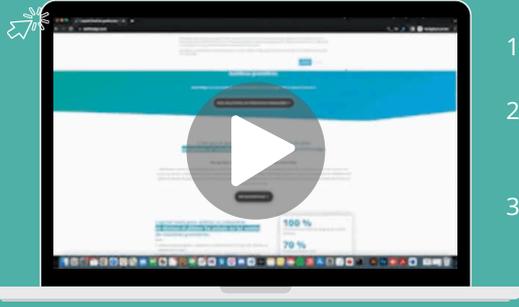
ARBORESCENCE :

Elle était "simple" mais manquait de contenu, l'objectif était donc d'augmenter le nombre de rubrique. On est passer de 5 à 7 rubriques (et ajouter 5 sous-rubriques). J'ai également proposé à l'équipe d'intégrer un moteur de recherche dans le site internet afin de pouvoir répondre plus au recherche de nos cibles et adapter notre contenu.

Site Vitrine – DeftHedge

Missions :

1. **Aspects** : Faciliter l'utilisation - Répondre au besoin - Etre accessible - Evaluer la performance - Etendre la cohérence
2. **Stratégie** : Comprendre les besoins, les comportements et les préférences des utilisateurs - Définir les personas - Effectuer des prototypes et tests - Réaliser le Design centré sur l'utilisateur - Mesurer les performances - Améliorer les continus
3. **Objectifs** : Créer une expérience positive et satisfaisante pour les utilisateurs (site ou application) - Une bonne UX vise à :
 - a. **Améliorer** la satisfaction des utilisateurs :
 - b. **Accroître** l'engagement
 - c. **Favoriser** la fidélité
 - d. **Augmenter** les taux de conversion
 - e. **Réduire** les coûts



ENJEUX UX – SEO/SEA

ENJEUX UX - Création des pages web

ANCRES - NETLINKING / BACKLINKING

Espace Presse – DeftHedge



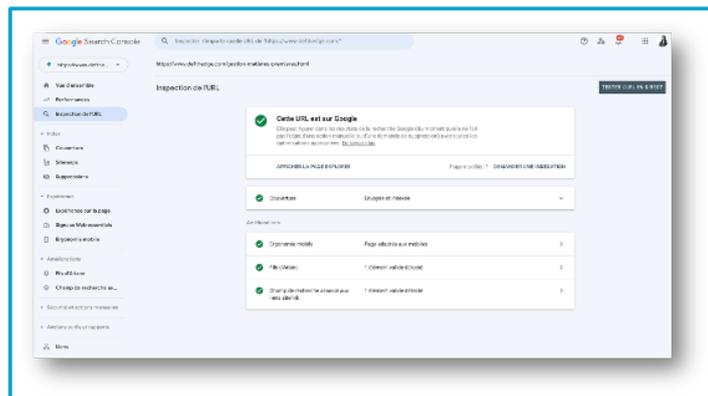
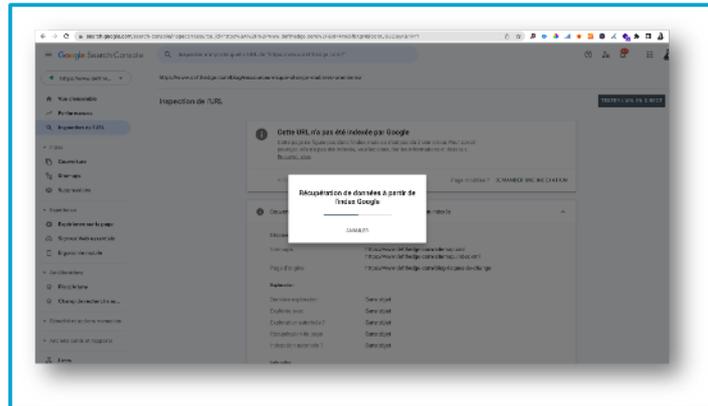
1. Création de liens internes.
2. Objectif : permettre à l'internaute de poursuivre sa navigation sur une autre page qui appartient à notre site internet.
3. Avantages :
 - a. De permettre une meilleure fluidité et lisibilité de l'internaute sur notre site internet
 - b. De parcourir plus de page sur notre site internet et ainsi:
 - c. D'optimiser notre site web pour les moteurs de recherches (optimisation du seo).
4. Création de liens externes : (Presse, Ressources).
5. Objectif : l'utilisateur est amené sur une autre page qui n'appartient pas à notre site internet.

INDEXATION

Création d'une page web = indexation = Google Search Console

Objectifs :

1. Permet d'améliorer la visibilité de son site Web dans les résultats de recherche de Google et
2. Permet d'optimiser son référencement naturel.



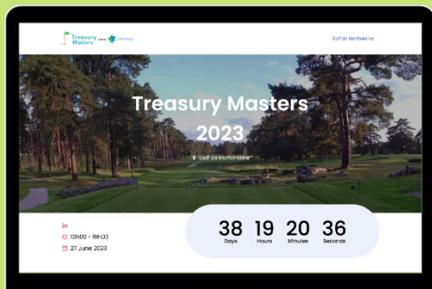
Treasury Masters by DeftHedge

Le 27 juin 2023, DeftHedge a décidé de lancer un événement appelé Treasury Masters. Cet événement rassemble pendant 24 heures tous les trésoriers, directeurs généraux, etc., qui sont régulièrement confrontés aux risques de change et/ou de matières premières.

Pour assurer une communication optimale autour de l'événement, j'ai dû créer un site web en m'inspirant du modèle et des directives qui m'ont été fournies, car une page avait déjà été conçue par l'une de nos agences partenaires (SWING).

Ainsi, j'ai :

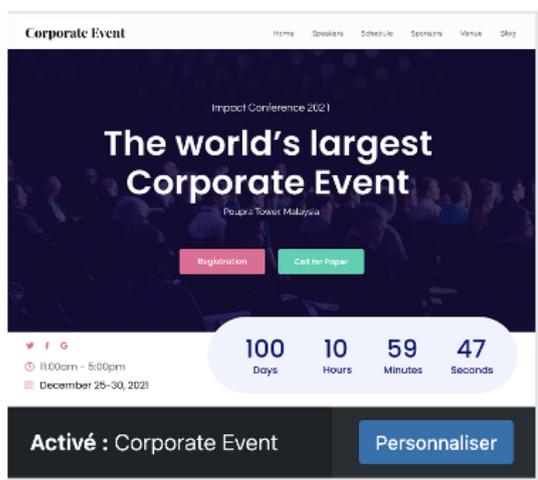
- récupéré la page existante,
- repris l'hébergement web sur OVH,
- créé un nom de domaine provisoire,
- acheté le nom de domaine et l'ai relié à notre hébergeur,
- développé entièrement le site : www.treasurymasters.fr



TREASURY MASTERS

Treasury Masters

Choix du thème



Header



Partenaires



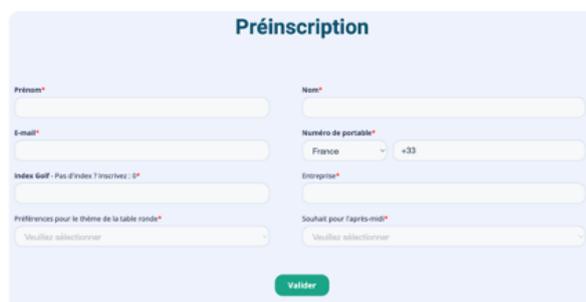
Pluggin



Contenu



Formulaire





ANALYSE



STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Communication – DeftHedge

La communication d'une entreprise ne se limite pas à l'innovation, elle implique également le renouvellement. Ainsi, j'ai choisi d'apporter de nouvelles idées de design à certains postes actuels pour captiver davantage l'attention des internautes sur notre contenu.

Responsabilités :

Durant mon temps chez DeftHedge, j'ai pris l'initiative de déployer plusieurs stratégies de communication, notamment la mise en place d'un calendrier éditorial, l'analyse et la création de personas, entre autres.

Ces éléments nous ont permis de suivre et d'analyser de manière exhaustive le parcours des utilisateurs sur les divers canaux utilisés par l'entreprise.



ANALYSE



STRATÉGIE DE COMMUNICATION



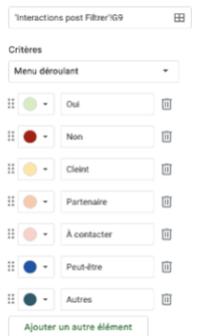
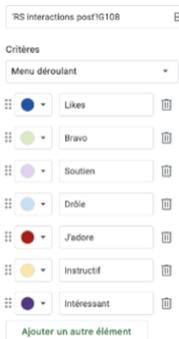
CRÉATION DE TEMPLAT

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Mise en Place d'un **calendrier éditorial** : Permet d'avoir une meilleure visibilité sur les "post" mis en place et d'analyser leur impact.
- Gain de temps + évaluer le **ROI** de l'entreprise.
- 4 réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram.
- Rôle : Créer & Programmer différents types de contenu
- LinkedIn : Alice Fournier, Olivier Lechevalier, DeftHedge

ANALYSE DE LA COMMUNICATION

- Analyse de l'impact des posts réalisés par Olivier Lechevalier et DeftHedge sur LinkedIn.
- Document sheet, mis à jours tous les lundis depuis le 1er janvier 2023.
- 2 feuilles de calculs
- Éléments de la première feuille de calcul :



Colonne B "Prénom" et C "Nom" : de la personne qui a eu une interaction avec la publication en question

Colonne D : "Profession" : Intitulé du poste occupé de la personne qui a eu une interaction avec le post en question.

Colonne E : Réaction : le type d'interaction effectué sur le post ("Like", "Bravo", "Soutien", "Drôle", "J'adore", "Instructif", "Intéressant")

Colonne H : "Opportunités" : le type d'opportunités que la personne peut représenter pour DeftHedge et qui serait intéressant de recontacter par la suite.

J'ai créer une plage de donnée dynamique pour les interactions afin que celle-ci soit plus facile à répertorier au fur et à mesure.

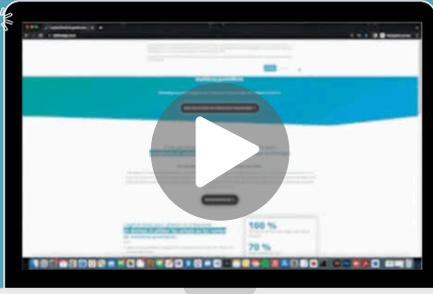
Colonne B "Prénom" et C "Nom" : de la personne qui a eu une interaction avec la publication en question

Colonne D : "Profession" (intitulé du poste occupé de la personne qui a eu une interaction avec le post en question). Il est apparu plus intéressant de découper cette rubrique en plusieurs autres telles que :
 - Colonne D : "Titre complet" du post de la personne,
 - Colonne E : "Post"
 - Colonne F : "Entreprise" à laquelle elle appartient
 - Colonne G : "Secteur d'activité"

Colonne H : "Opportunités" : le type d'opportunités que la personne peut représenter pour DeftHedge et qui serait intéressant de recontacter par la suite.

- Deuxième feuille de calcul
- Retirer tous les doublons et les réactions
- S'intéresser uniquement aux personnes qui ont suscité un intérêt à l'une des publications
- De déterminer si ce profil s'avère être une "opportunité" à contacter.

Communication – DeftHedge



La communication d'une entreprise ne se limite pas à l'innovation, elle implique également le renouvellement. Ainsi, j'ai choisi d'apporter de nouvelles idées de design à certains postes actuels pour captiver davantage l'attention des internautes sur notre contenu.

Cela peut se traduire par une accroche percutante ou l'introduction de nouvelles couleurs, par exemple.

Amélioration de la Communication :

J'ai donc ressenti la nécessité de mettre à jour certains modèles de postes déjà créés avant mon arrivée. Par exemple, chaque vendredi, DeftHedge publiait délibérément un "Calendrier Économique" et des "Cours à Terme". Quelques mois plus tard, j'ai décidé d'apporter ma contribution en proposant un nouveau modèle. Ce renouvellement permet de moderniser l'image de l'entreprise.

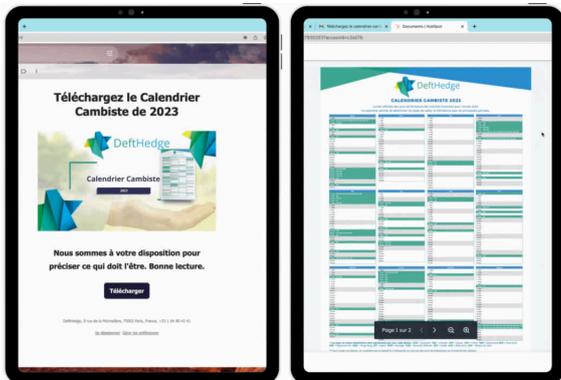
Les outils logiciels que j'ai utilisés étaient Canva Premium et la suite Adobe (Illustrator, Photoshop...).

Nouveaux templates

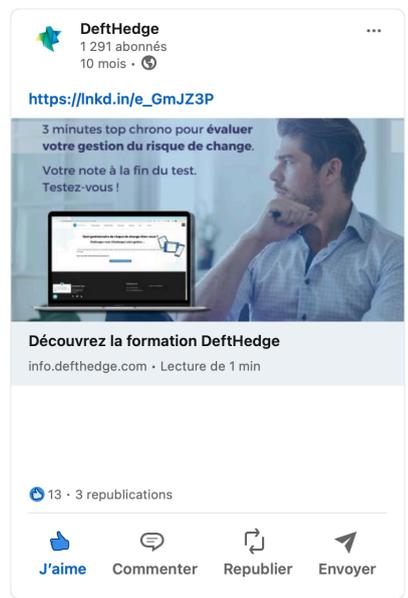
Avant Après



E-mail Marketing



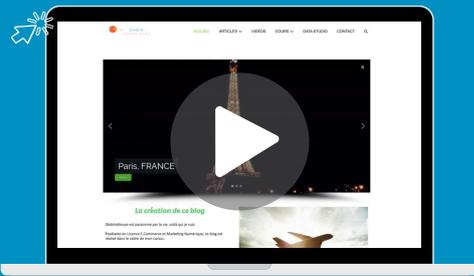
LinkedIn



Instagram



Site Vitrine



Pendant trois mois, nous avons été chargés de concevoir un blog sur WordPress.

Ce blog devait refléter notre identité.

J'ai donc choisi de m'inspirer de mes voyages pour créer **Loveliflife Travel**.

C'est ainsi que j'ai opté pour la création d'un blog de voyage, incluant :

- un carrousel,
- des articles de blog dédiés au voyage,
- des liens vers nos comptes sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et YouTube),
- la réalisation d'un montage vidéo,
- un moteur de recherche pour suivre le parcours des utilisateurs,
- ainsi que des extensions d'analyse telles que Google Data Studio et Google Analytics.

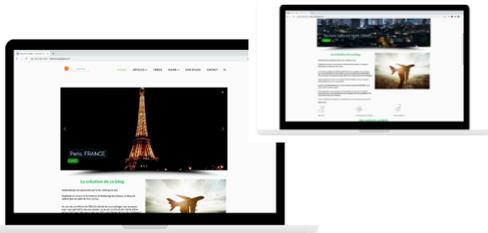
Logiciel



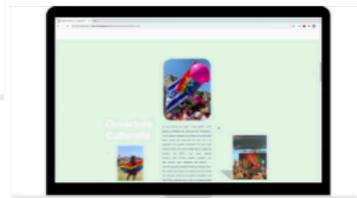
Logiciel : Wordpress

Pendant ces trois mois, j'ai eu l'opportunité de travailler sur un sujet qui m'intéressait, en utilisant un logiciel que je connais et maîtrise, à savoir WordPress et ses différentes extensions.

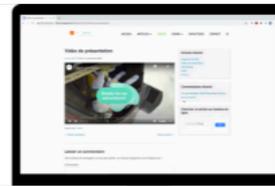
Page d'accueil



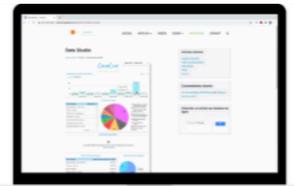
Article de blog



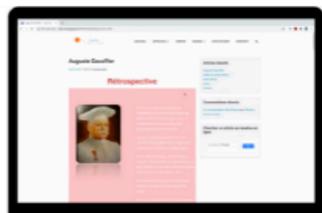
Montage vidéo



Looker Studio relié au site internet et implanter dans une page du site grâce à une extension.



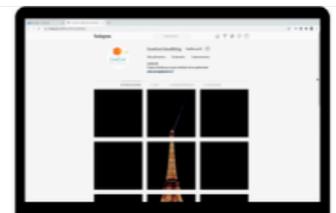
Article de blog : Auguste Escoffier



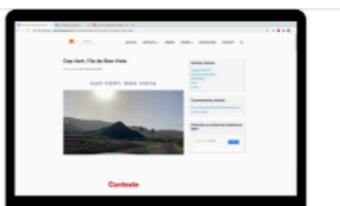
Page contact (intégration d'un formulaire)



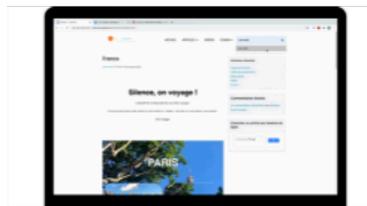
Intégration d'une page des réseaux sociaux (Instagram)



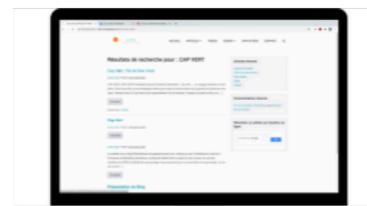
Article de blog : Cap-Vert



Article de blog : Stage



Recherche d'article de Blog sur le site internet



SITE E-COMMERCE



72 heures pour savoir :

1. **créer** et gérer une boutique en ligne sur PrestaShop.
2. **développer** mes compétences dans le domaine du numérique et
3. **transformer** mon business en ligne en succès

Mon score détermine mes compétences suivantes :

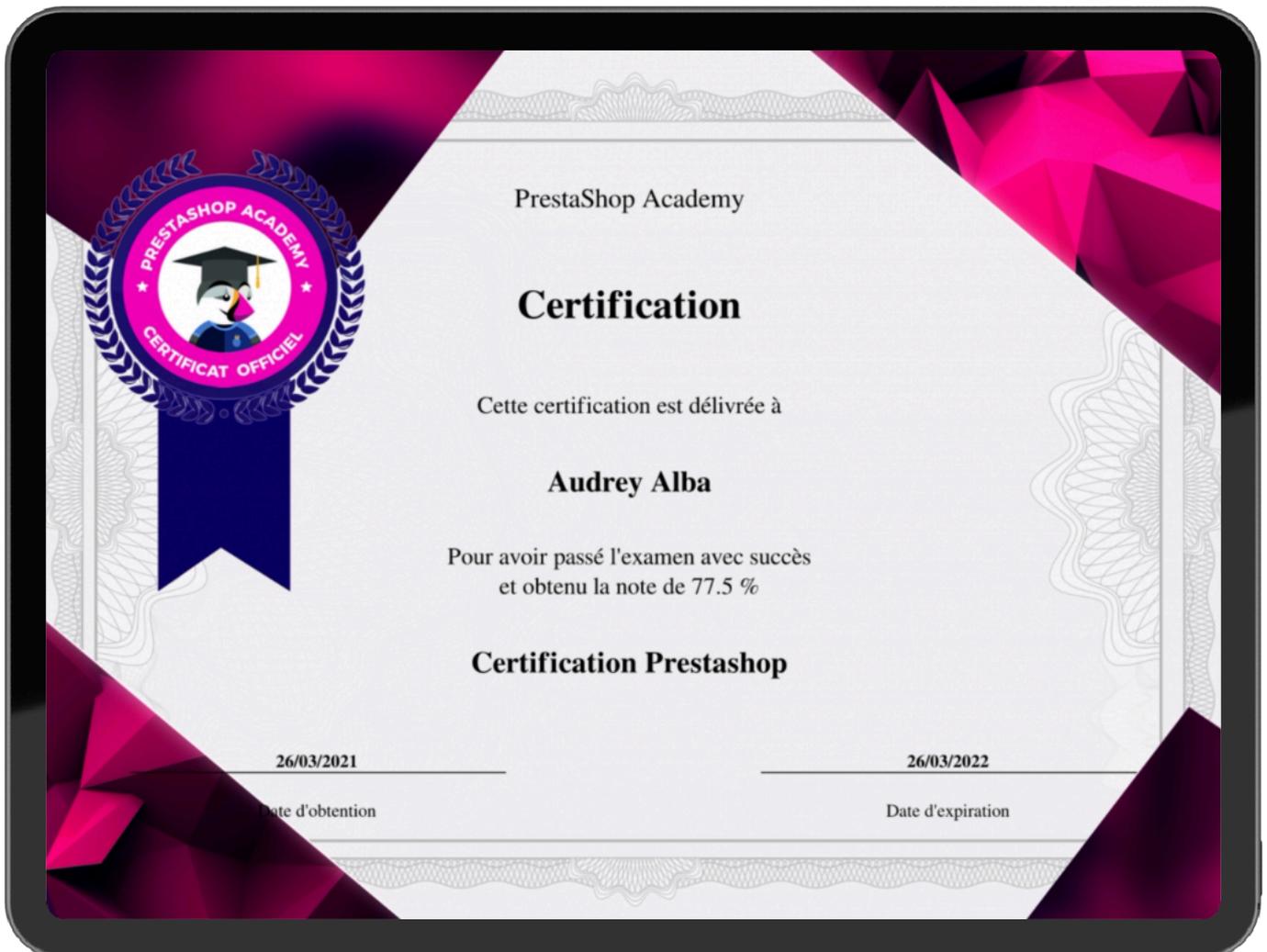
1. **Configurer** et **personnaliser** efficacement une **boutique en ligne PrestaShop** en utilisant les fonctionnalités avancées disponibles dans l'interface d'administration.
2. **Gérer** efficacement **les produits** sur une boutique en ligne, y compris **l'ajout**, la **modification** et la **suppression** de produits, ainsi que la gestion des **catégories** et des **attributs** de produits.
3. **Intégrer** et **personnaliser** des **thèmes** PrestaShop pour adapter l'apparence de la boutique en ligne aux besoins et aux préférences.
4. **Développer** des modules PrestaShop (de base), permettant de **créer** des **fonctionnalités personnalisées** pour la boutique en ligne ou de **modifier** des modules existants pour répondre à des besoins spécifiques.
5. **Gérer** la **base de données** de la boutique PrestaShop, y compris la sauvegarde des données, la gestion des tables et des champs, et la réalisation de requêtes SQL avancées si nécessaire.

LOGICIEL

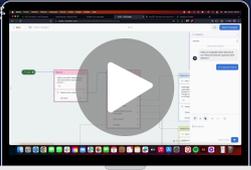


PrestaShop
Logiciel :
PrestaShop

Durant ces 72 heures d'exploration, j'ai eu le privilège d'explorer une plateforme d'e-commerce : **PrestaShop**. Cette expérience m'a permis d'acquérir une solide compréhension, me préparant ainsi efficacement à **gérer** et à **personnaliser** une **boutique en ligne** sur cette plateforme.



CHATBOT



1. Création d'un chatbot à l'aide de l'outil Voiceflow.
- 2.
3. L'objectif principal est de concevoir un chatbot aussi intuitif que possible pour améliorer l'expérience utilisateur.

Pour ce faire, nous avons cherché à nous inspirer des besoins de notre entreprise (DefthHedge dans mon cas, cherchant à accroître la visibilité de notre questionnaire) ou à puiser dans des besoins plus personnels.

Étape à la création du Chatbot

1. **Créer**, nommer le projet et **choisir** le type de conversation
2. **Concevoir** conversation du chatbot grâce à l'interface. **Ajouter** des blocs :
 - a. de **dialogue**,
 - b. des **réponses**,
 - c. des **questions**,
 - d. des **actions** et
 - e. des **conditions**pour créer un flux de conversation **fluide** et **intuitif**.
3. **Intégration** de fonctionnalités **interactives** (ex : saisie de texte, options de sélection, boutons, liens externes...) permettant d'interagir avec le chatbot.
4. **Tester** dans l'interface de Voiceflow pour s'assurer du bon fonctionnement.
5. **Intégrer** à la plateforme (ex : Facebook Messenger, Slack, ou un site web).

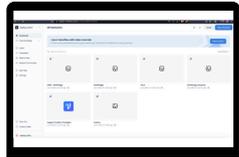
LOGICTEL



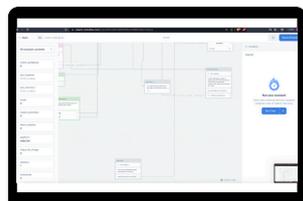
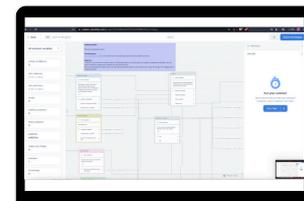
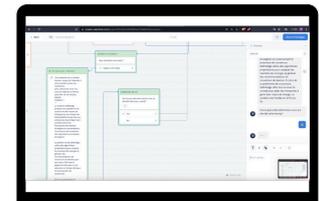
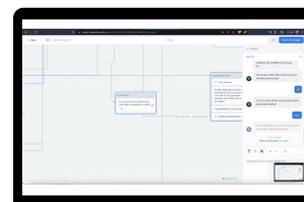
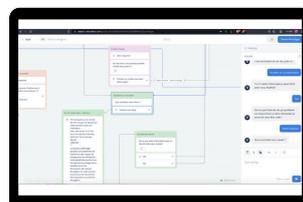
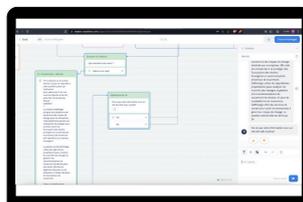
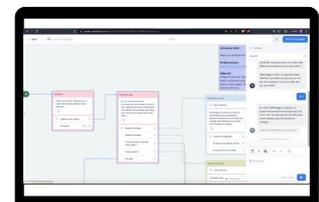
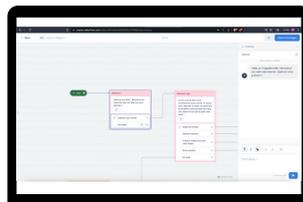
Logiciel :
Voiceflow

Voiceflow est une plateforme de développement sans code qui permet de concevoir et de déployer des assistants vocaux et des chatbots pour diverses plateformes, telles que Amazon Alexa, Google Assistant, et d'autres.

Tableau de bord Voiceflow



Création du Chatbot pour DefthHedge en phase test



Au Bon Café



À propos du projet :

Au Bon Café est une création artistique liée à un projet « scolaire » réalisé sur une semaine en 2022.

Au cours de l'année, dans mon école, nous avons la possibilité de découvrir un aspect de la technologie numérique. J'ai donc choisi la « Dimension 3D ».

Au cours de cette semaine, nous avons appris à utiliser le logiciel Adobe Dimension (Dn).

À la fin de la semaine, on nous a donné un projet à réaliser.

Nous devons créer trois environnements d'emballage différents pour une marque de café, en nous basant sur les noms qui nous ont été donnés.

Ainsi, dans le fichier PDF, vous pouvez voir les différents emballages créés.

Nous avons également dû mettre en place différents moyens de communication.

En conséquence :

- page 8 : une vision d'une communication réalisée sur Facebook a été imaginée ;
- page 9 : des publications sur le projet ont été publiées sur la page Instagram @audreyalba_creation ainsi que des stories dynamiques et vous toujours accessible dans les « stories de la première page ».

Logo Au Bon Café



J'ai choisi d'apporter une touche de design au logo en le fusionnant avec le thème qui nous a été suggéré. Pour ce faire, j'ai sélectionné une image aux teintes chaudes et je l'ai intégrée avec **Adobe Illustrator** sur le texte du logo qui nous a été fourni.

Voici les diverses mises en scène des emballages réalisées pour les quatre produits que le client "Au Bon Café" nous a chargés de mettre en valeur, que ce soit pour une consommation **sur place**, à **emporter** ou **en sachet**.

Création de la bannière Facebook



Lors de la conception de la bannière pour Facebook, j'ai opté pour un éclaircissement du logo en le réglant à 100% en mode Selfie sur **Canva**, garantissant ainsi sa visibilité sur un fond noir. De plus, j'ai recherché les dimensions exactes pour créer une bannière parfaitement adaptée, évitant ainsi toute perte d'information lors de son insertion sur le réseau social.

Pour **mettre en valeur** la variété des produits proposés par "Au Bon Café", j'ai décidé de mettre en avant tous les différents pack shots disponibles, mettant ainsi en lumière les options pour une consommation sur place, à emporter ou en sachet. **J'ai également souligné l'identité de chaque pack shot en associant un objet symbolique correspondant à chacun d'eux.**

Pack Shot - Aggretsukoffee

Pour la création du Pack Shot pour le produit "**Aggretsukoffee**", j'ai puisé mon inspiration dans la **culture japonaise**. Le cercle rouge au centre est un hommage au drapeau japonais 🇯🇵, auquel j'ai ajouté une touche de design en incluant une petite rizière évoquant les paysages typiques du Japon.

J'ai veillé à présenter les trois principaux modes de consommation proposés par le client :

- La **tasse de café**, évoquant l'expérience sur place.
- Le **gobelet**, représentant le café à emporter.
- Le **sachet** de 500g, disponible dans certains points de vente.

Pour ancrer davantage l'ambiance japonaise, j'ai inclus une **bouteille de saké** et un **temple dans le visuel**. De manière ludique, j'ai également ajouté une tête de mort en mousse flottant dans le café.

Chaque visuel comporte des éléments distinctifs :

- Les **graines de café** rappellent le produit phare de "Au Bon Café".
- Une **tête de mort** aux teintes rouges crée un contraste saisissant avec le fond noir et évoque l'esprit fougueux du café, en lien avec le logo.

Enfin, les pack shots intègrent non seulement le **logo de l'entreprise**, mais aussi des **symboles japonais** pour renforcer l'identité visuelle de la marque.

Pack Shot - Tchaïkosfee

Pour le pack shot du produit Tchaïkosfee, j'ai opté pour la présentation de deux options de service :

- Le gobelet, représentant la vente à emporter.
- Le sachet.

Au cœur de l'image se trouve le logo revisité. Le thème initial m'a grandement inspiré, et pour rester fidèle à cette ambiance sombre, j'ai choisi de mettre en avant la magnifique pièce "Le Lac des cygnes", en intégrant un cygne noir en bas à gauche, des danseuses classiques et quelques notes de musique.

Au centre de la composition, un petit violon accompagne de nouveau la tête de mort et les graines de café, ajoutant une touche d'originalité au visuel.

Pack Shot - Gasoline

"Un coup de fatigue ? Un café." Au Bon Café vous propose le café qui vous donnera l'énergie nécessaire pour affronter toute la journée. Du feu aux drapeaux de course, en passant par la Harley Davidson et le casque de motard, tous les symboles de la vitesse sont réunis en un seul et même lieu."

Pack Shot - Fast Life

Enfin, voici le dernier pack shot que Au Bon Café nous a demandé de réaliser. Je vous présente donc le tout nouveau produit « Fast Life ». Ce fut pour moi le plus délicat à distinguer de Gasoline. Malgré tout, j'ai choisi de m'en inspirer en mettant en avant une voiture de course dans la mise en scène.

Sur ce pack shot, j'ai opté pour l'inclusion d'un sablier, créant ainsi un contraste entre la partie « chill » de la vie à droite, illustrée par des palmiers, et à gauche, des personnes en course, établissant ainsi un parallèle entre les deux modes de vie.



Post Facebook

Pour mes publications sur Facebook, j'ai décidé de mettre en avant les produits suivants :

- Aggretsukoffee
- Gasoline
- Fast Life

Afin d'enrichir davantage le modèle proposé, j'ai ajouté le nom du produit correspondant à chaque visuel. De plus, j'ai inclus le logo du client, « Au Bon Café », en bas à droite. Cette décision découle d'une étude que j'ai réalisée l'année dernière, démontrant que l'œil humain a tendance à se diriger automatiquement vers le bas à droite sur les réseaux sociaux.



Les 2 Post Instagram

J'ai choisi de publier la plupart des modèles sur mon portfolio @audreyalba_creation.

Post n°2 : le Tchaïkosfee

Post n°1 (3 en 1)

audreyalba_creation @Electif - Dimension 3D - C'est 4 jours ou tu apprends à te surpasser, c'est aussi une sacrée découverte d' @dimensionadobe de la suite @adobe sans oublier l'utilisation extraordinaire de @photoshop et @illustrator

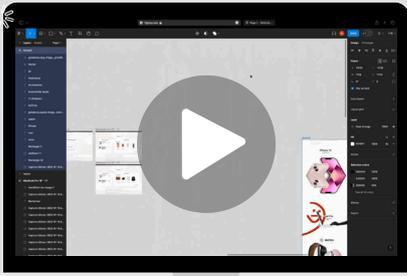
Ainsi je vous présente donc 1 de ces fabuleux produit le Tchaikoffee par @AuBonCafé!

🎵 Le seul rythme que vous devrez suivre de bon matin est celui que vous aller boire!

@im_paris @im_paris

#morning #routine #cafe #new #produit #fictif #fiction #marque #devoir #homework #ecole #work #school #adobe #dimension #3d #mockup #cafe

APPLE REFONTE



Concernant le projet, j'ai été confronté à la nécessité de choisir une entreprise au hasard, sans avoir connaissance de la tâche qui nous attendait. Le défi s'est avéré de taille lorsque j'ai découvert que l'entreprise sélectionnée était Apple.

À vrai dire, je n'avais pas idée de ce qui m'attendait. Ainsi, le projet consistait à identifier les éventuels "problèmes" rencontrés par les utilisateurs sur le site de la marque et à proposer des solutions adéquates. Ma proposition portait sur la zone client. En tant que fervent admirateur d'Apple, je suis bien conscient de mon attachement à la marque. Cependant, je trouve que le support et la section utilisateur manquent de détails et ne sont pas aussi intuitifs qu'ils pourraient l'être.

Créer quelque chose d'aussi complexe en seulement 24 heures était un défi de taille. Bien que notre proposition puisse sembler simple en apparence, la réalité de cette entreprise était beaucoup plus exigeante, ce qui a finalement valu à notre projet un score parfait de 20/20 !

Ce projet était une véritable passion pour moi, car il touchait à un domaine et à une entreprise qui m'intéressaient profondément. De plus, il résolvait un problème concret que j'avais déjà rencontré, ce qui a renforcé mon engagement à le mener à bien.



Logiciel : Figma

Pendant ces trois mois, j'ai eu l'opportunité de travailler sur un sujet qui m'intéressait, en utilisant un logiciel que je connais et maîtrise, à savoir WordPress et ses différentes extensions.





LOGO

La création de mon logo a suivi un processus en plusieurs étapes.

Mon objectif était de concevoir un logo qui capture l'essence de mon domaine d'activité, le numérique, tout en reflétant ma personnalité.

Pour ce faire, j'ai exploré différentes sources d'inspiration à travers des logiciels de création de logos, comme le montrent les images de test de 1 à 5.

Une fois le choix fait, je me suis basé sur divers modèles pour créer mon logo de A à Z en utilisant Illustrator.

Sélection des couleurs

La sélection des couleurs revêt une grande importance.

Bien que cela puisse sembler insignifiant pour certains, j'ai pris le temps d'y réfléchir attentivement.

Mon logo peut paraître un peu trop audacieux, mais il laisse une impression durable.

Après une recherche approfondie, le bleu évoque le "professionnalisme", tandis que l'orange représente la "créativité", la "joie" et l'"ambition" - des caractéristiques qui me définissent.

LOGICIEL



Illustrator est un outil puissant et polyvalent pour la création de logos, offrant une gamme complète de fonctionnalités pour donner vie à vos idées de manière professionnelle et créative.

Les étapes à la création du logo



Test 1



Test 2



Test 3



Test 4



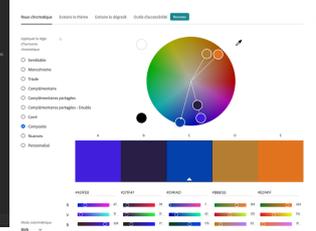
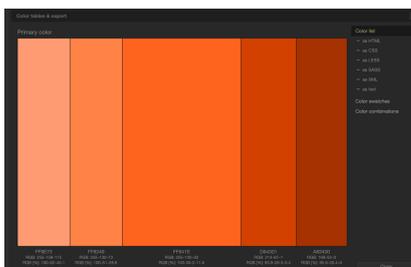
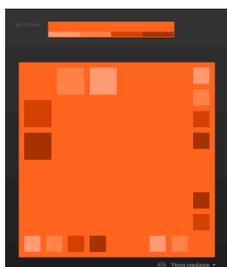
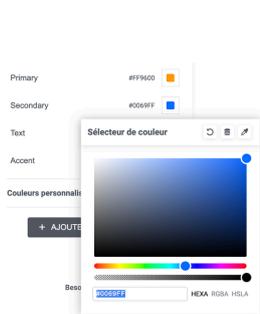
Test 5



Test 6



Version finale



StatAlumni

L'équipe était composée de 6 chefs de projet et de 6 développeurs qui se sont réunis pendant une semaine dans le but d'améliorer l'expérience utilisateur d'une plateforme. En collaboration avec deux classes distinctes de 5ème année : Ingénierie Web et Mobile, ainsi que Gestion de la Transformation Numérique.

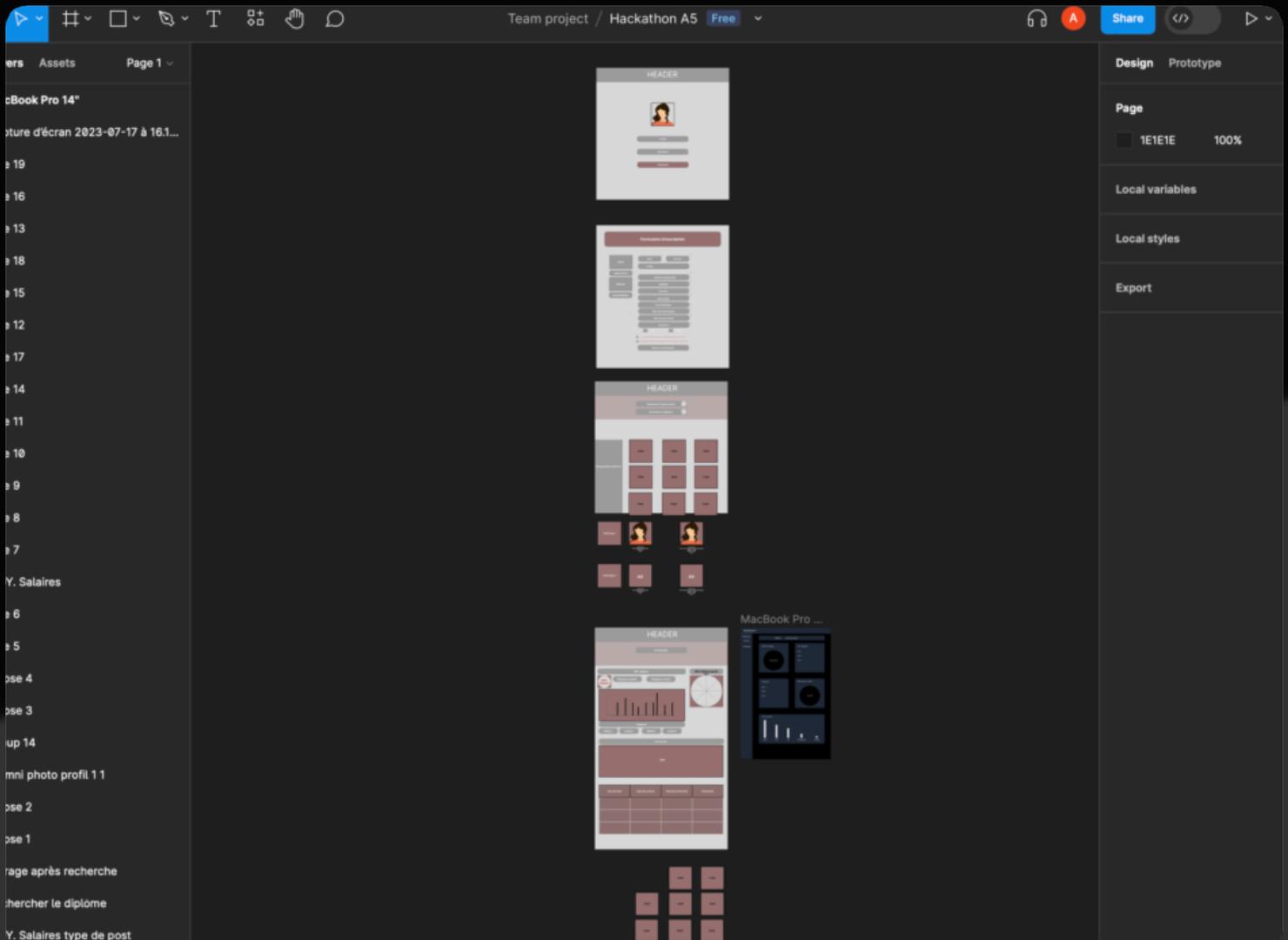
"Réinventer l'expérience des anciens de l'université"

Logiciel



Figma est un outil innovant qui facilite la refonte de sites web, permettant une collaboration fluide entre les membres de l'équipe et offrant des fonctionnalités avancées pour créer des designs modernes et intuitifs.

1. **Chercher** de nouvelles perspectives pour améliorer l'expérience des anciens de l'université, en prenant en compte leurs besoins, défis et aspirations.
2. **Analyser** une étude approfondie pour comprendre les attentes des anciens de l'université, en nous focalisant sur leurs :
 - problèmes et
 - préoccupations, et en envisageant **comment une solution numérique pourrait y répondre.**
3. **Traduire** en histoires utilisateurs claires pour guider le travail des développeurs. Chaque histoire utilisateur comportait une description concise de la **fonctionnalité**, de son **objectif** et de son **importance** pour l'expérience des anciens.
4. **Créer** les premiers prototypes sur Figma.
5. **Mettre en œuvre** la solution, en s'appuyant sur les histoires utilisateurs établies.
6. **Valider** et réaliser les tests fonctionnels des histoires utilisateurs pour assurer la qualité et la pertinence de la solution proposée.



Application - Bubble x Spotify

Objectif : Découvrir l'outil Bubble

.Bubble : « Bubble » est une plateforme de programmation visuelle qui permet aux individus de créer des applications web sans avoir besoin de coder de manière traditionnelle.

Contexte du projet :

Pour explorer les fonctionnalités de Bubble, nous avons entrepris de recréer la plateforme musicale « Spotify ».

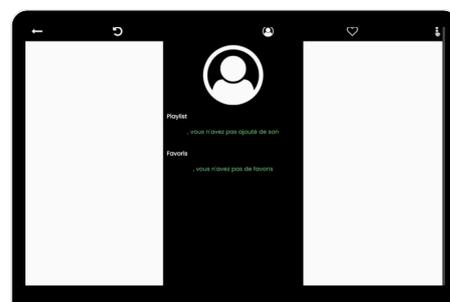
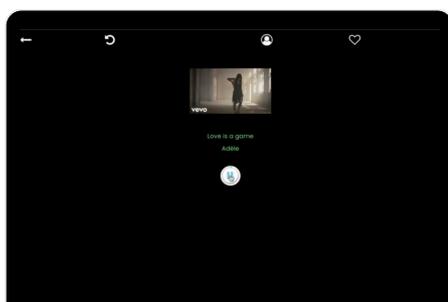
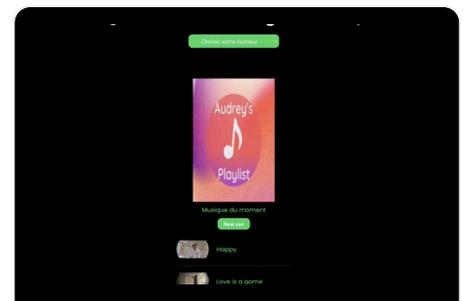
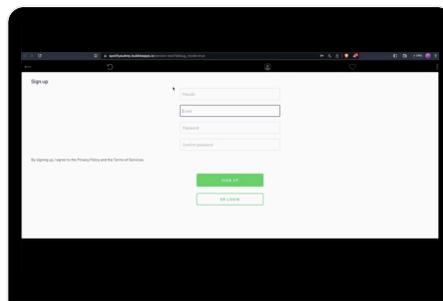
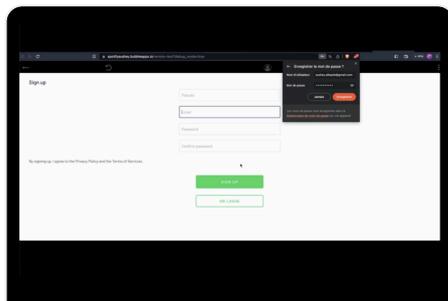
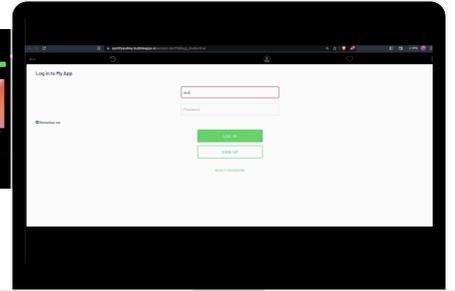
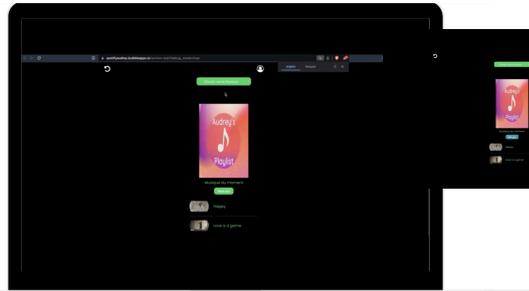
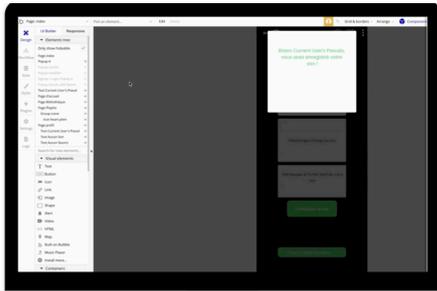
Logiciel



Logiciel :
Wordpress

.Bubble.io est une plateforme révolutionnaire qui simplifie la création d'applications mobiles en s'inspirant d'applications populaires telles que Spotify, offrant ainsi une expérience de développement fluide et une interface conviviale pour donner vie à vos idées.

Les étapes à la création du Spotify



Application - Bubble x Spotify

Objectif : Découvrir l'outil Bubble

.Bubble : « Bubble » est une plateforme de programmation visuelle qui permet aux individus de créer des applications web sans avoir besoin de coder de manière traditionnelle.

Contexte du projet :

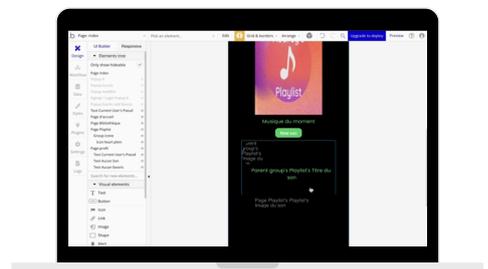
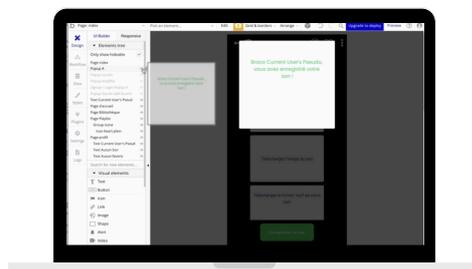
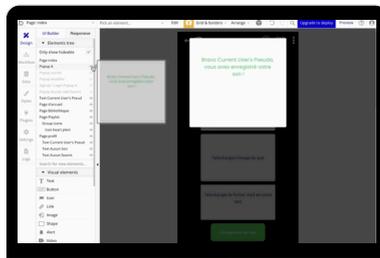
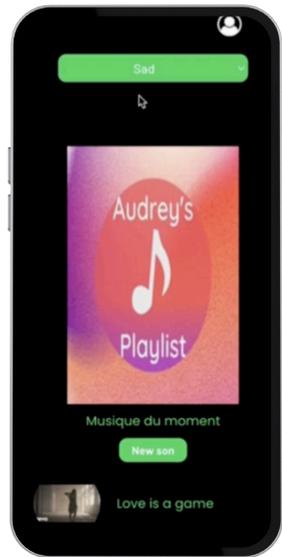
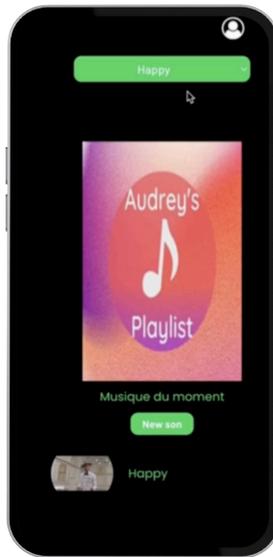
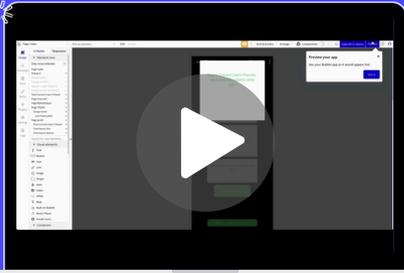
Pour explorer les fonctionnalités de Bubble, nous avons entrepris de recréer la plateforme musicale « Spotify ».

Logiciel



Logiciel :
Wordpress

.Bubble.io est une plateforme révolutionnaire qui simplifie la création d'applications mobiles en s'inspirant d'applications populaires telles que Spotify, offrant ainsi une expérience de développement fluide et une interface conviviale pour donner vie à vos idées.



FindCoach

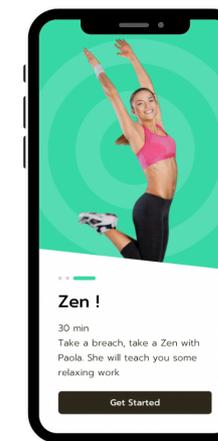
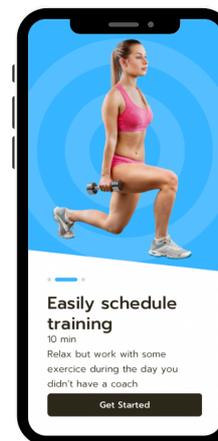
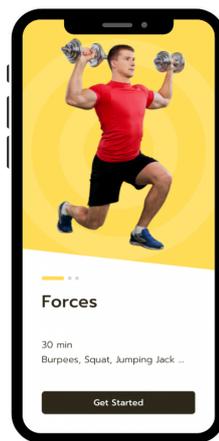
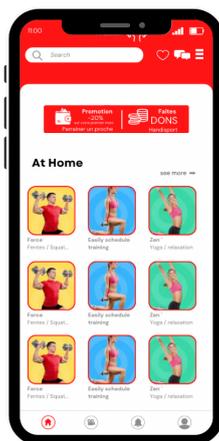
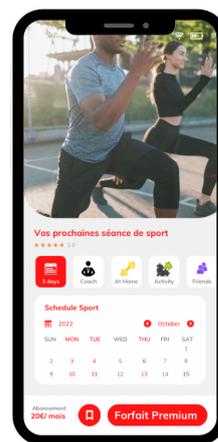
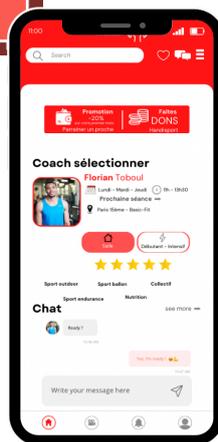
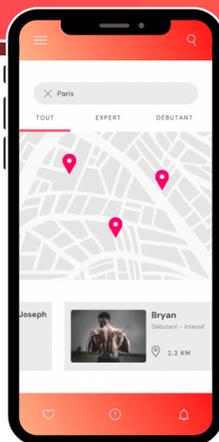
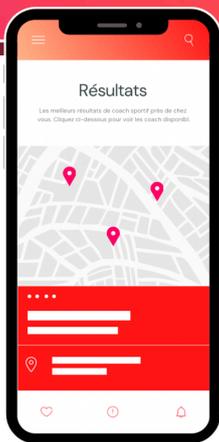
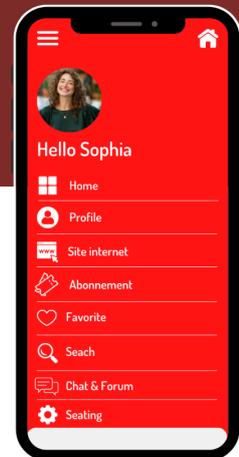
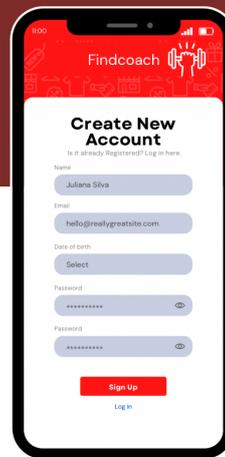
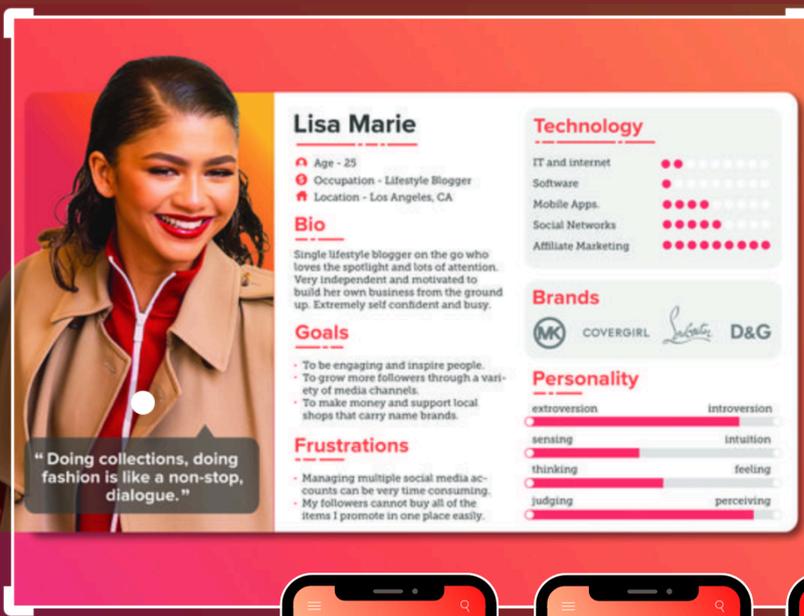
En septembre 2022, lors de notre participation au cours de "Projet Informatique", nous avons eu l'opportunité de créer une application novatrice. Notre instructeur nous a encouragés à former des équipes et à aborder un défi qui nous passionnait. C'est ainsi que l'idée de Findcoach a germé.

Malgré la simplicité de notre choix, nous avons opté pour l'efficacité de Canva Premium pour la conception.

Notre expérience sportive variée, que ce soit dans des disciplines comme le judo, le karaté, le tennis, ou nos séances régulières en salle de sport, nous a permis de constater la difficulté de trouver un coach personnel adapté.

Nous avons également constaté que de nombreux coachs indépendants ne disposent pas d'une plateforme pour mettre en avant leurs services.

Ainsi, notre plateforme vise à simplifier la recherche d'un coach sportif personnalisé, en mettant en relation les clients avec des professionnels qualifiés, et ce, dans leur région



• Safer

Concernant le projet, il s'agissait de l'une des étapes pour valider mon Master 2.

Cette initiative a occupé une période de 8 mois et a nécessité la collaboration d'une équipe équilibrée, réunissant deux spécialités de Master.

Nous étions trois chefs de projet épaulés par trois développeurs.

Le sujet du projet était étroitement lié aux Objectifs de Développement Durable (ODD).

C'est ainsi que **SAFER** a été conçu.

Dans le cadre d'une démarche promouvant l'égalité des sexes, notre objectif était de créer une application permettant à ceux et celles qui ne se sentent pas en sécurité lors de différents trajets de se sentir assurés quant à leur arrivée à destination.

Outils utilisés par les chefs de projet :



Outils utilisés par les développeurs :

