



# LIVRABLE BRANDCONTENT

**SOUS LA DIRECTION DE :  
MADAME GERALDINE BLONDEAU**

**AVEC LA PARTICIPATION DE :  
HUGUES RAYNAUD  
JOANNA ZERBIB  
LAURIE BRUNNER  
THANH HANG LUONG VU  
ASMAE EL-BATEOUI**

# SOMMAIRE

**01**

**INTRODUCTION**

**02**

**NOS INSPIRATIONS**

**1. LOGO**

**2. VALEURS**

**3. MOODBOARD**

**4. COULEURS**

**5. TYPOGRAPHIES**

**6. ICONES**

**7. PERSONAS**

**03**

**LEAN CANVA**

**1. NOS AVANTAGES**

**04**

**LANDING PAGE**

**1. ARBORESCENCE**

**05**

**ROAD MAP**

**1. STRATEGIE DE LANCEMENT**

**06**

**MANIFESTO**

# Introduction

Bienvenue au sein de notre livrable, ce dossier à pour but de regrouper l'ensemble des éléments nous ayant permis de mener à bien notre projet.

Avant de vous présenter chacune des étapes de ce dernier, laissez nous vous raconter son histoire !

Nous sommes un groupe de cinq étudiants en deuxième année de master AGCOM, rassemblé par des valeurs communes comme l'accompagnement ou encore l'environnement. De nature ambitieuse, il nous est déjà arrivé d'avoir envie de monter un projet entrepreneurial tous les cinq. C'était sans compter sur un camarade qui il y a quatre mois à fait appel à nous pour l'aider dans l'envoi de ses colis.

Après l'avoir secondé, il nous a confié qu'il lui arrivait quelquefois de vendre ses vêtements sur l'application VINTED et qu'il n'avait pas le temps d'associer ses études universitaires et la logistique que cela demandait.

Au fil des mois, l'idée de réaliser un projet autour de la prise en main de toute la partie logistique des colis s'est avérée être une évidence.

Nous décidons alors de nous lancer et de créer **REF**, la référence pour la prise en charge des colis, de leur confection jusqu' à leur livraison.

Après une analyse des offres concurrentielles, nous proposons un service **inédit** centré, pour commencer sur un environnement régional (Occitanie) et qui, progressivement, sera déployé au niveau national. En effet, même si l'idée nous est venue d'un camarade, nous avons décidé de ne pas en faire notre cœur de cible puisqu'il s'agira d'un client occasionnel.

Par conséquent, notre offre se veut **flexible** puisqu'elle pourra attirer l'étudiant mais également l'auto-entrepreneuse débordée et pour finir l'artisan indépendant, ayant un domaine d'activité bien spécifique.

De plus, notre service de prise en charge se veut **adaptable** à nos cibles. Ayant, pour deux d'entre elles une identité de marque qui leur est propre, nous conserverons leur branding au travers de nos réalisations.

# Introduction

Nous proposons également une collecte des “marchandises” par nos salariés. En d’autres termes, lorsque que vous devez réaliser un colis, inutile de vous déplacer ou de vous engager à réaliser l’emballage, notre équipe vient récupérer les éléments à envoyer directement chez vous.

En ce qui concerne notre offre, cette dernière proposera divers moyens de souscription. En effet, une offre standard destinée aux clients occasionnels mais adaptée à leurs besoins et une offre premium destinée quant à elle aux auto-entrepreneurs et aux artisans qui expédient de nombreux colis chaque mois !

Notre projet est également le reflet d’un engagement qui nous est cher puisque ce dernier s'inscrit dans une démarche **éco-responsible**. En effet, l’intégralité du matériel que nous utiliserons dans la réalisation de nos colis sera composé de papier recyclé. Toujours dans une démarche RSE, nos salariés se déplaceront en vélo électrique en milieux urbain et en voiture en zone rurale deux fois par semaine pour récupérer les marchandises. Refléter nos valeurs au sein de notre projet était pour nous primordial !

Notre objectif, vous faire gagner du temps en vous déchargeant d’une tâche chronophage. Conclusion, ne vous faites plus aucun souci, on s'occupe de tout !

Pour élaborer ce projet nous avons dû mettre en pratique plusieurs éléments afin de trouver notre identité et notre branding.

Nous vous laissons découvrir nos différentes inspirations qui nous ont permis de trouver **LA REFérence** !

# Nos inspirations

## 1. Notre logo



En combinant les couleurs de la palette et la typographie de la marque, ce logo est l'image de marque de REF. Ce qui attire immédiatement l'attention est le nom de notre marque en rouge vif, entourant un colis "en cours de livraison". Ce n'est pas une simple boîte en carton, elle nous représente. REF se précipite vers le client, offrant un service rapide et respectueux de l'environnement.

Le texte en bas "La REFérence pour tes colis" est un jeu de mots entre le nom de la marque et le mot "référence", exprimant notre souhait de devenir un service logistique de confiance et privilégié. Enfin, l'utilisation de "tes colis" au lieu de "vos colis" vise à créer une atmosphère proche et conviviale pour les clients.

# Nos inspirations

## 2. Nos valeurs

### LA PRATICITÉ, LA PROXIMITÉ ET LA DURABILITÉ

Ce sont les trois valeurs que notre marque vise, et reflète clairement dans les services que nous offrons.

En ce qui concerne la **praticité**, REF s'engage à offrir aux clients un service de logistique efficace. Comparé à l'envoi classique de colis, où l'on perd du temps à chercher des emballages, à emballer et à se rendre à la poste, tout devient beaucoup plus simple avec nous. Les clients n'ont qu'à enregistrer l'article qu'ils veulent envoyer, puis nous nous occupons de toutes les étapes de préparation restantes. Ils n'ont qu'à être présents chez eux à l'heure choisie pour que nous récupérions les articles. Cela permet aux clients d'économiser beaucoup de temps sans se soucier à chaque fois qu'ils veulent envoyer un colis.

Ensuite vient la **proximité**. Notre réseau couvre une zone locale pour s'assurer de pouvoir prendre soin au mieux des clients. Cela aide non seulement les destinataires à choisir l'entrepôt qui leur convient, mais permet également aux expéditeurs d'être contactés directement en cas de problème avec la marchandise. Les clients peuvent être assurés que nous sommes toujours proches. La notion de proximité reflète également notre engagement à venir chercher directement le colis chez nos clients.

Enfin, nous aspirons à la **durabilité** de la marque. Aujourd'hui, la protection de l'environnement et la réduction de la pollution sont des préoccupations sociales majeures. Ainsi, REF s'engage à rendre le processus logistique et de transport respectueux de l'environnement en utilisant des matériaux d'emballage recyclables et en réduisant les émissions de carbone lors de la collecte.

### 3. Moodboard

# Nos inspirations

## MOODBOARD

TEXTE DE L'EN-TÊTE (GUNPLAY)

Intitulé du sous-titre  
(MADE Tommy Soft)

#FF0000

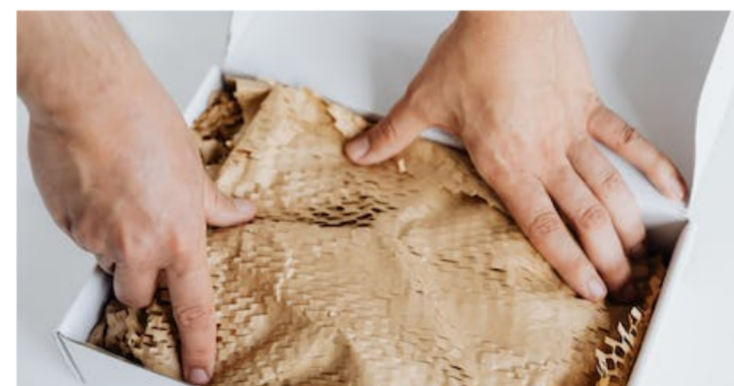
#CB906B



#95BB72

Notre marque a été créée dans le but de fournir une solution logistique locale prête en main. Avec l'initiation d'apporter une tranquillité à nos clients lors de l'envoi de colis. Nous nous assurons de fournir un service de livraison de A à Z, gérant l'ensemble du processus de logistique, y compris la collecte à domicile, l'emballage soigneux et la livraison directe au destinataire. Cela est clairement illustré dans les images que nous avons sélectionnées pour le moodboard.

En plus de la sérénité pour l'expérience client, nous visons également la durabilité de notre service. Pour ce faire, tous les matériaux d'emballage sont fabriqués à 100% à partir de matériaux naturels recyclables. Enfin, nous nous engageons à utiliser des vélos électrique lors de la collecte pour minimiser les émissions de CO2 dans l'environnement.



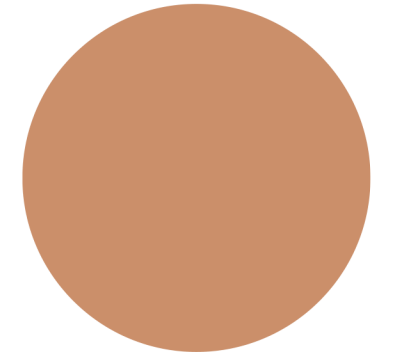
# Nos inspirations

## 4. Nos couleurs

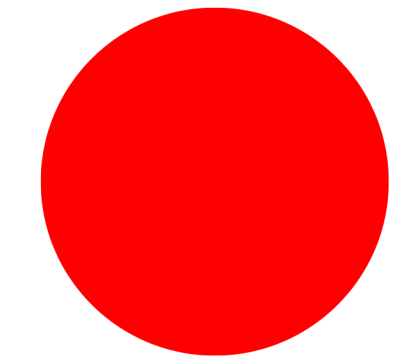
Dans notre palette de couleurs, le rouge symbolise la rapidité du service, le vert représente l'aspect durable et le marron est couramment observé sur les colis. Plus précisément :

- **#CB906B** : Il s'agit de la couleur la plus neutre, mais aussi la base de notre marque puisqu'elle représente la couleur de nos emballages et de nos cartons recyclés. De plus, cette couleur chaude incarne la proximité et la confiance.
- **#FF0000** : Il s'agit de la couleur la plus vive dans la palette qui attire efficacement l'attention des clients. Le rouge est traditionnellement utilisé par de nombreuses marques de voitures renommées telles que Tesla, Toyota, Suzuki,... qui représentent la vitesse. À travers cette couleur, nous souhaitons mettre en avant la performance et la rapidité de nos services.
- **#95BB72** : Le vert est généralement associé à l'écologie et au développement durable, il a donc été choisi pour représenter notre engagement respectueux de l'environnement. Comparé à la première couleur, elle est moins éclatante et a une saturation plus basse, ce qui la rend plus adaptée à la dernière couleur de la palette.

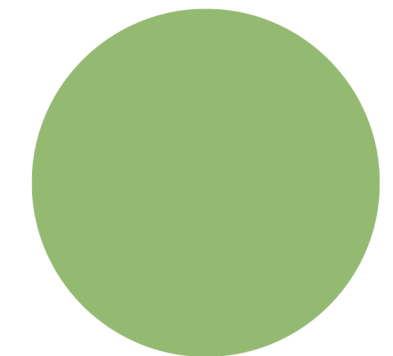
**#CB906B**



**#FF0000**



**#95BB72**





# Nos inspirations

## 5. Nos typographies

**TEXTE DE L'EN-TÊTE (GUNPLAY)**

**Intitulé du sous-titre  
(MADE Tommy Soft)**

La police utilisée pour les titres est Gunplay, une police composée de lignes épaisses et de lignes symétriques. Dans l'ensemble, cette police est rigide et épurée pour mettre en avant la praticité et la simplicité que nous recherchons. De plus, les lignes symétriques évoquent la route de livraison, le transport et la circulation des colis.

La police utilisée pour les textes est MADE Tommy Soft. Comme son nom l'indique, cette police a un aspect plus fluide et léger que Gunplay. Nous l'utilisons comme un contraste pour montrer la flexibilité qui s'adapte aux besoins des clients et la sérénité lors de l'utilisation de nos services.

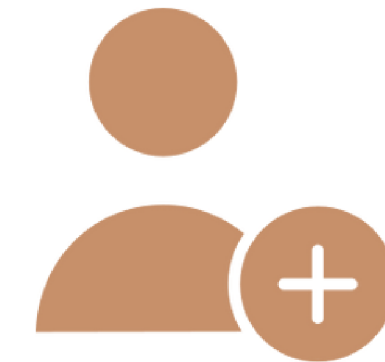
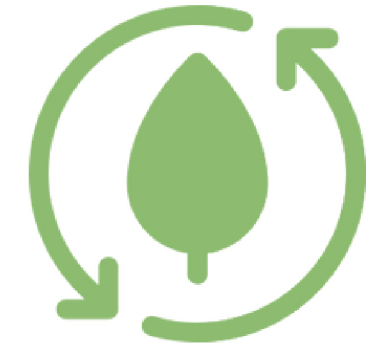
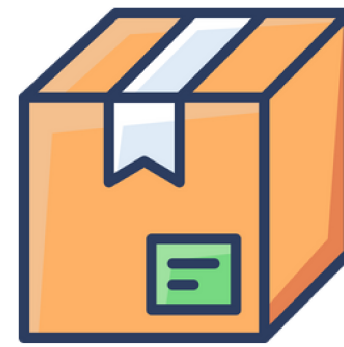
# Nos inspirations

## 6. Nos icônes

Les 6 icônes résument brièvement l'idée du service et des valeurs que nous offrons.

REF est une marque proposant une solution logistique simple et proche, adaptée aux jeunes ayant peu de temps, aux entrepreneur.ses et aux artisan.es régionaux pour soutenir leurs activités créatives.

De plus, l'engagement envers le développement durable et écologique sera un atout majeur pour notre marque.



## 7. Nos personas



# Zoé

Age: 22 ans

Occupation: Étudiante en école de commerce

Localisation: Toulouse (31)

Statut : Célibataire, sans enfants

### BESOINS

- Envoyer des colis Vinted
- Recherche une solution pour gérer la logistique de ces colis
- Recherche une solution tout en 1

### FREINS

- Service payant
- Chronophage
- Solutions existantes pour les gros vendeurs

# Nos inspirations

Zoé est une étudiante sérieuse, en Mastere 2 d'école de commerce, spécialité Digital Business. Elle participe activement à la vie associative de son école et développe ainsi son réseau professionnel.

Acheteuse compulsive de fast-fashion, elle a récemment pris conscience des économies qu'elle pourrait faire afin de renouveler sa garde robe. Elle cherche donc maintenant à faire une bonne action en revendant ses vêtements superflus sur le net. Mais l'envoi de nombreux colis devient difficile à concilier avec sa vie d'étudiante. Elle cherche donc une solution.

### MOTIVATIONS

- Gagner du temps sur ces envois
- Se décharger d'une activité pesante

### PERSONNALITÉ

- Enthousiaste
- Sociable
- Technophile
- Engagée

### TECHNOLOGIES

- Internet
- Apps mobiles
- Réseaux sociaux
- Logiciels



## 7. Nos personas



# Marine

Age: 35 ans

Occupation: Cadre et auto-entrepreneuse

Localisation: Montpellier (34)

Statut : En couple, 2 enfants

### BESOINS

- Envoyer un maxi de colis, en un mini de temps
- Avoir une prestation qualité

### FREINS

- Le coût
- Besoin d'organisation
- Travailler avec un prestataire

# Nos inspirations

Marine est une cadre active, mère de deux jeunes enfants. En parallèle de sa vie professionnelle, elle est créatrice de bijoux-fantaisies auto-entrepreneuse. Cette activité lui prend beaucoup de temps et d'énergie.

Pour pouvoir concilier ses deux casquettes, elle cherche une solution pour externaliser la logistique auprès d'un prestataire de confiance de ses créations auprès de ses clients. Soucieuse des enjeux écologiques, elle souhaite intégrer cette démarche au sein de son activité secondaire.

### MOTIVATIONS

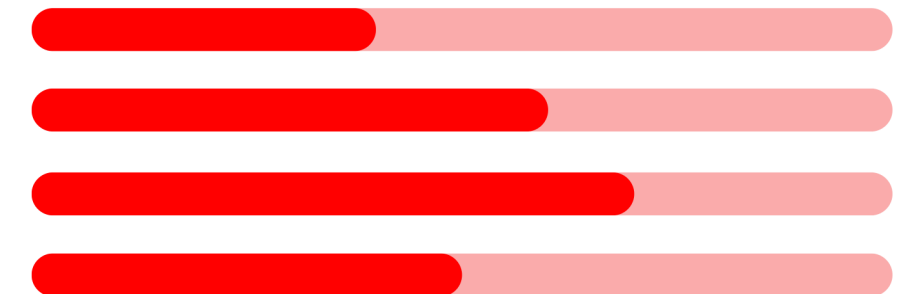
- Bénéficier d'un envoi pro
- Améliorer l'UX pour fidélisation
- Economie de temps

### PERSONNALITÉ

- Dynamique
- Ambitieuse
- Organisée
- Créative

### TECHNOLOGIES

- Internet
- Apps mobiles
- Réseaux sociaux
- Logiciels



## 7. Nos personas



# Bernard

**Age: 54 ans**

**Occupation: Artisan-coutelier indépendant**

**Localisation: Belcastel (12)**

**Statut : Divorcé, 3 enfants**

### BESOINS

- Cherche à limiter ses déplacements pour les envois
- Recherche un service logistique fiable et modulaire
- Besoin d'un accompagnement personnalisé et pro

### FREINS

- Le coût
- Maitrise informatique
- Changement des habitudes
- Spécificité de l'envoi de couteaux

# Nos inspirations

Bernard est un artisan coutelier d'une 50aine d'années. Son travail est avant tout sa passion. Il exerce depuis plus de 30 ans, ayant repris l'activité familiale.

Afin de faciliter les envois et la logistique attenante, Bernard recherche un prestataire de confiance. Il a besoin d'une solution efficace et adaptable à son activité. Il utilise une Marketplace pour vendre en ligne ses créations.

### MOTIVATIONS

- Bénéficier d'un envoi pro (Marketplace)
- Se décharger d'une activité pesante
- Agrandir son marché potentiel

### PERSONNALITÉ

- Indépendant
- Rigoureux
- Audacieux
- Manuel

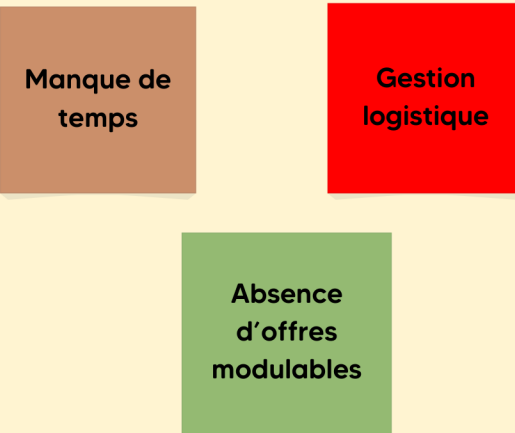
### TECHNOLOGIES

- Internet
- Apps mobiles
- Réseaux sociaux
- Logiciels



# Lean Canvas

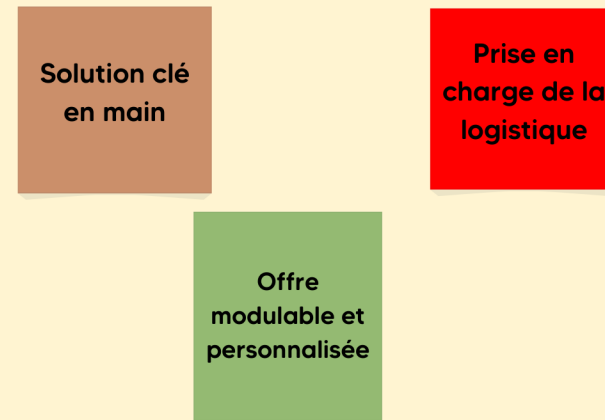
## 01 Problèmes



### Alternatives existantes



## 02 Solutions



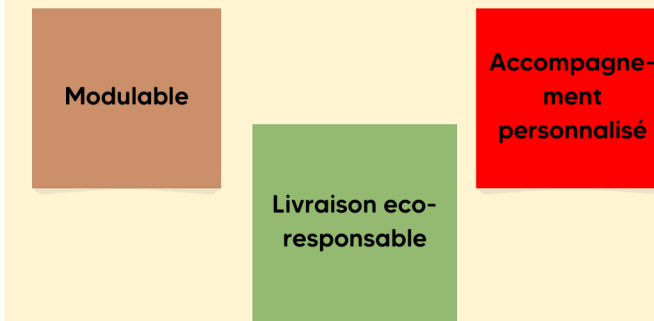
## 03 Indicateurs de performances



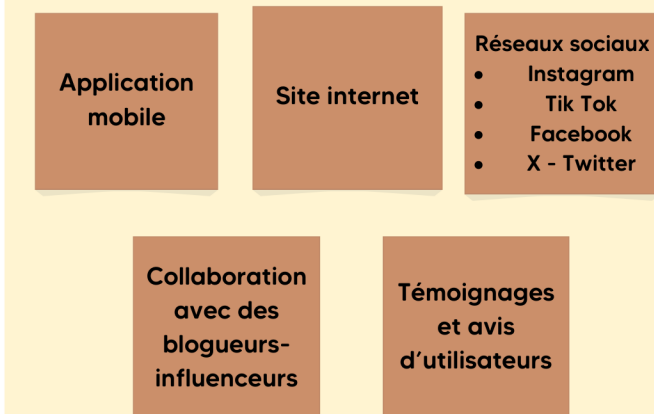
## 04 Proposition de valeur unique

Service tout en 1 pour une expérience de livraison de colis sans tracas, adaptable avec un accompagnement personnalisé

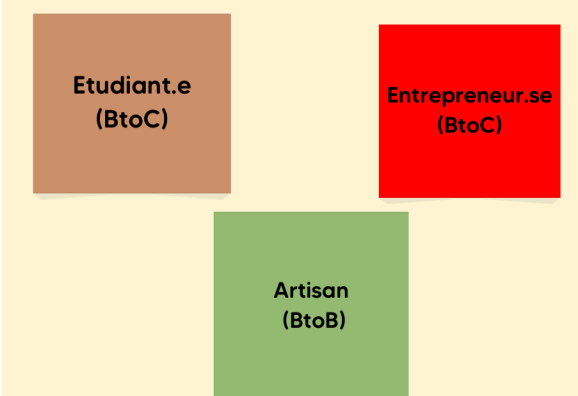
## 05 Avantages compétitifs



## 06 Canaux de communication



## 07 Segments Client



### Les premiers utilisateurs



## 08 Structure des coûts



## 09 Sources de revenus



# Landing Page

## Landing Page à J-30 du lancement de REF

La première Landing Page se compose d'un compte à rebours à J-30 avant le lancement du service. L'objectif est de susciter la curiosité des futurs clients en mettant en avant des phrases percutantes, créant ainsi un enthousiasme autour de la découverte du service. Cette page accorde une importance particulière à la promotion sur les réseaux sociaux, encourageant ainsi les futurs clients à suivre les actualités de REF et commencer à créer une réelle communauté.

LIEN VERS LA LANDING PAGE 1 :

<https://www.figma.com/proto/pm8DRQPUHnO96RUVFanF5Z/Untitled?type=design&node-id=11-2&t=6yPc3eorG5b0soja-1&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&mode=design>



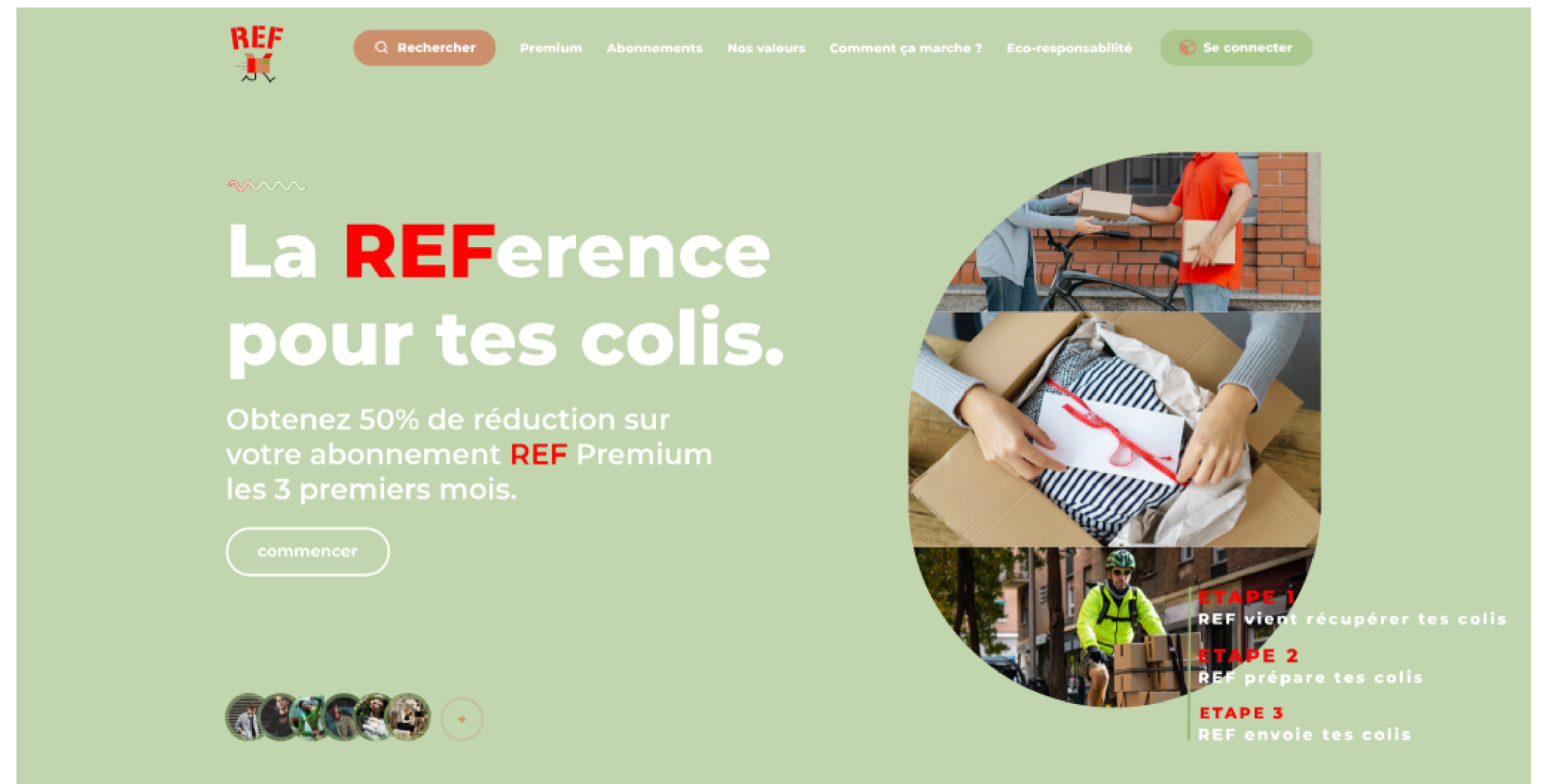
# Landing Page

## Landing Page permanente après le lancement de REF

En ce qui concerne la deuxième Landing Page, elle sera mise en ligne lorsque le service sera lancé, dans le but de présenter l'offre et d'inciter les utilisateurs à l'action. Elle comporte également un "footer" pour retrouver le service sur les réseaux sociaux et encourager les visiteurs à télécharger l'application REF.

LIEN VERS LA LANDING PAGE 2 :

<https://www.figma.com/proto/xYTrvJzOOQOgXyhDRVwpLb/Untitled?type=design&node-id=0-3&t=RvB89fGC10Zr8AoC-1&scaling=min-zoom&page-id=0%3A1&mode=design>





# Landing Page



Rechercher

Premium

Abonnements

Nos valeurs

Comment ça marche ?

Eco-responsabilité

Se connecter

Mise en avant de l'offre Premium



## La REFERENCE pour tes colis.

Obtenez 50% de réduction sur votre abonnement REF Premium les 3 premiers mois.

commencer

Bouton pour s'inscrire



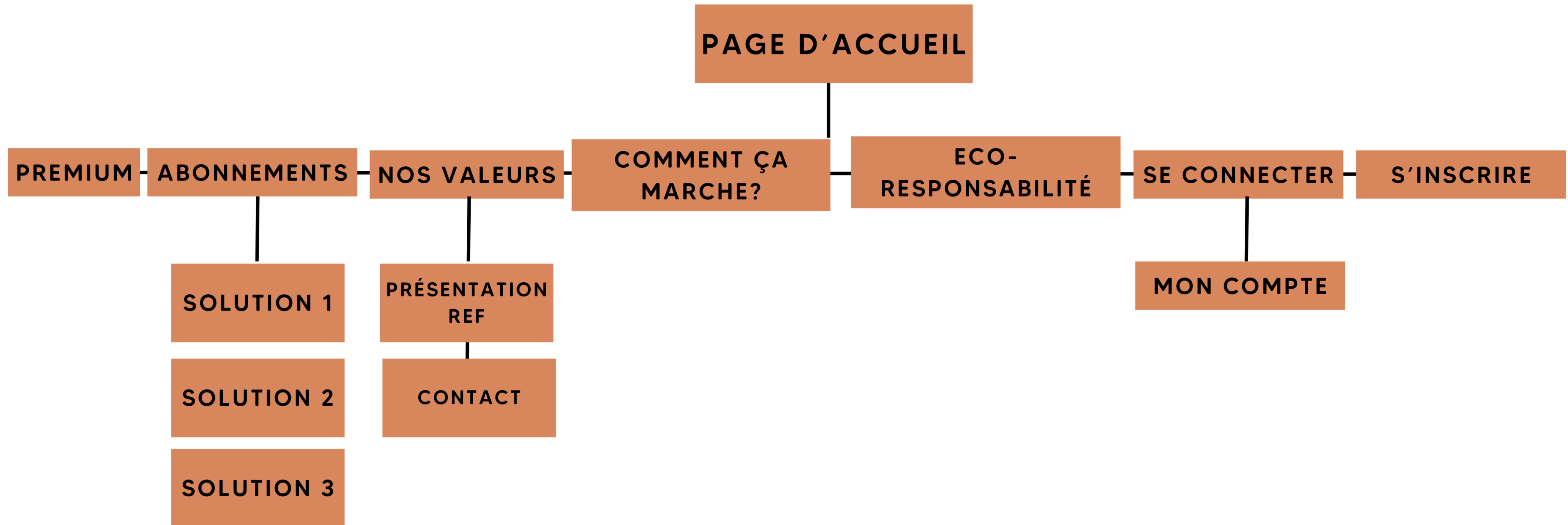
Un autre moyen pour s'inscrire



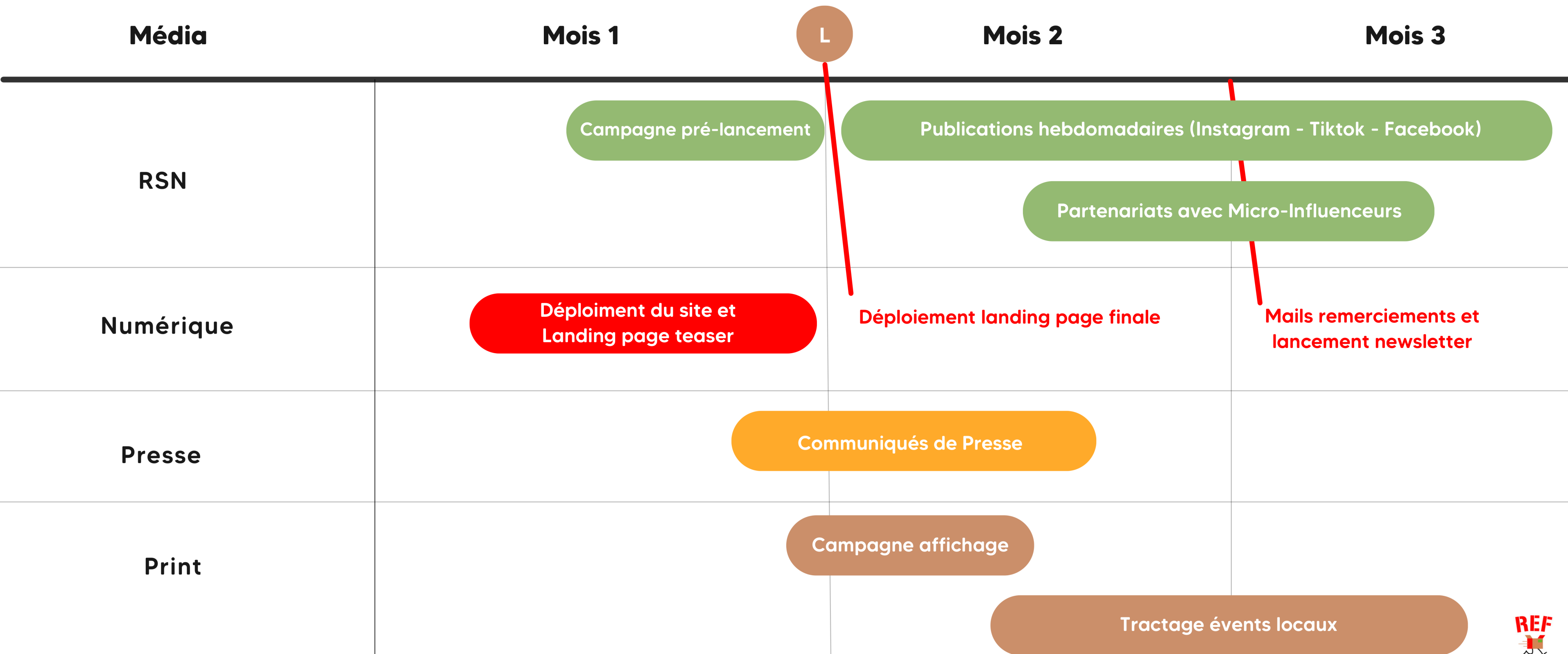
Comprendre le service facilement et rapidement avec trois photos et un texte court

- ETAPE 1**  
REF vient récupérer tes colis
- ETAPE 2**  
REF prépare tes colis
- ETAPE 3**  
REF envoie tes colis

# Arborescence



# Roadmap



## 1. Stratégie de lancement

### RÉSEAUX SOCIAUX

La stratégie RSN se décline en **deux étapes**. D'abord, la mise en place d'une campagne pré-lancement d'un mois.

Il va s'agir ici de créer du contenu **natif** sur les différents réseaux (Facebook, Instagram et Tiktok) afin de **teaser le lancement** du service. Sous forme de jeu de piste, cette pré-campagne vise à attiser la **curiosité** du public et générer, si possible du buzz.

Dans un deuxième temps, après le lancement (à M+1), on va déployer la campagne de lancement. Cela comprend des **publications** régulières de contenu natif afin de soutenir le service. L'idée est de créer une véritable **communauté** autour de la marque, avec des contenus réguliers et adaptés à chaque Réseau. Il s'agit principalement d'une campagne de **notoriété**.

Nous envisageons également de créer des posts sponsorisés via des **nano-influenceurs** de la région toulousaine. Cette campagne prendra place à M+2. Elle aura pour objectif de valoriser une offre promotionnelle spécifique via un code de réduction unique et de toucher des prospects plus directement.

### NUMÉRIQUE - SITE INTERNET

La communication sur le site internet va elle aussi se faire en deux temps : pré-lancement et déploiement.

Pour le pré-lancement, nous avons créer une **landing page de teaser** vers laquelle renvoie les posts réseaux sociaux. Sur cette page, on pourra s'inscrire pour marquer son intérêt pour le service. Cela permettra de constituer une fichier de **prospects** afin de les contacter ultérieurement dans une campagne marketing direct via mailing.

Pour le lancement, le site sera pleinement accessible. Il se déclinera en **deux grandes parties** : institutionnelle et vente. Dans la première, on retrouvera **les valeurs** et l'espace presse notamment. Dans le second, il y aura toute la partie avec les **abonnements** ainsi que l'espace utilisateur permettant l'accès au service. On trouvera également une newsletter afin de fidéliser les clients et prospects.

## 1. Stratégie de lancement

### PRESSE - COMMUNIQUÉ

Afin de **soutenir** le lancement du service, nous allons mener une action de **relations presse** auprès de la presse régionale et locale.

En parallèle du lancement, à M+1, nous allons diffuser auprès de contacts presse des titres comme la Dépêche du Midi, Actu Toulouse, etc. notre communiqué de presse de lancement. Il s'agit de fournir un document **détaillé** sur le nouveau service que nous proposons, quels sont ses avantages, en quoi cela s'inscrit dans une démarche écologique et locale.

Pour assurer une reprise presse, nous allons également mettre en avant l'aventure qu'a été la création de la start-up, projet rassemblant 5 jeunes toulousaines et toulousains dynamiques.

Il s'agit d'une campagne de notoriété. L'objectif étant de créer du **trafic** sur notre site et sur nos réseaux afin de faire connaître notre service.

### PRINT - AFFICHAGE & TRACTAGE

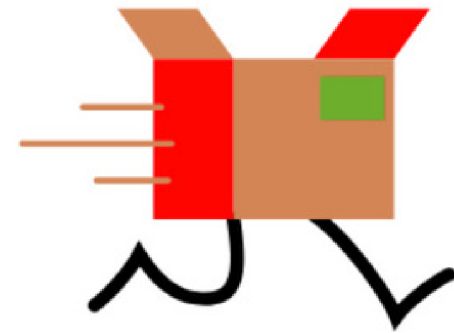
Enfin, la dernière pièce de la stratégie de lancement va être une **campagne d'affichage et de tractage**.

Pour l'affichage, nous visons une campagne dans les abribus du centre ville de Toulouse pour soutenir le lancement et pour une durée de deux semaines. Les lieux principaux visés seront les zones de passage autour des universités et le plein centre, afin de **toucher** autant que possible les jeunes et les étudiants. Sur l'affichage, le service sera mis en avant, avec un QR code pour renvoyer vers l'offre promotionnelle de lancement. Il s'agit d'une campagne marketing mais également de notoriété, afin de faire **entrer** la marque dans l'esprit du public.

Et pour finir, nous allons mettre en place des actions de marketing direct physique, au travers d'actions de tractage lors **d'évènements** créateurs ou brocantes. L'idée est ici de cibler directement les créateurs / artisans lors d'évènements spécifiques et de leur faire connaître notre service.

# Manifesto

# REF



La **REF**érence pour tes colis

Ref est la solution logistique clé en main pour les adeptes du seconde-main, les entrepreneurs et les artisans. Nous vous accompagnons dans la préparation et les envois de vos colis. Au plus près de vous, notre service s'adapte à vos besoins. Conscient des enjeux environnementaux, nous privilégions une approche durable au sein notre activité.