Camille Dziranian MyDigitalSchool Lyon 2024-2025

blazed

SWIPE. MATCH. GAGNE.

DOSSIER FINAL INDIVIDUEL

MY DIGITAL PROJECT

INTRODUCTION DU DOSSIER

Dans le cadre du MyDigital Project, un projet transversal mené sur toute l'année de formation, il nous a été demandé de concevoir un produit ou service digital innovant et d'en piloter le développement en conditions quasi-réelles. L'objectif principal de ce projet était de démontrer notre capacité à réfléchir, concevoir et mettre en œuvre une stratégie de marketing digital cohérente, en nous appuyant sur des analyses de marché rigoureuses, des actions concrètes, et des outils professionnels. Ce dossier vise à restituer l'ensemble des livrables, à expliquer mes choix et à démontrer ma capacité à mener un projet de A à Z, dans une démarche argumentée et structurée.

MyDigital Project s'appuie sur un travail d'équipe pluridisciplinaire, impliquant différentes spécialités : développeurs, designers UI/UX, graphistes et webmarketeurs… C'est dans ce contexte collaboratif que j'ai co-développé le projet BLAZED, en binôme sur la partie marketing avec Justine Perret. Ensemble, nous avons imaginé une plateforme digitale innovante destinée à faciliter la mise en relation entre freelances et entreprises, en mettant l'accent sur la personnalisation des profils, la fluidité du matching, et la simplification administrative.

Si nous étions deux sur le volet marketing, ce dossier reflète exclusivement mon propre travail. J'ai participé activement à toutes les phases du projet, en prenant en charge une partie des analyses stratégiques, la segmentation du marché, la création des personas, la définition des objectifs SMART, l'élaboration du positionnement de marque, la conception du mix marketing, ainsi que la rédaction SEO, la stratégie social media, la charte éditoriale, la création de la landing page et le tableau de bord de suivi des performances.

La répartition du travail entre Justine et moi s'est faite de manière fluide : nous avons coordonné nos efforts, tout en assumant individuellement des blocs spécifiques pour garantir une complémentarité efficace. Toutes les réflexions, décisions stratégiques et créations présentées ici ont été portées par moi-même, en cohérence avec notre ligne directrice commune.

BLAZED, plus qu'un simple exercice académique, est une réponse réaliste aux défis que rencontrent aujourd'hui les freelances juniors et les recruteurs : manque de visibilité, difficulté à se démarquer, surcharge administrative, etc. À travers ce projet, j'ai cherché à apporter une vraie valeur d'usage, à travers une plateforme claire, ergonomique, dotée d'un modèle freemium bien pensé, et soutenue par une stratégie digitale engageante.

Ce dossier individuel présente donc l'ensemble de mes réalisations, avec une attention particulière portée à la cohérence globale, à la justification stratégique de chaque choix et à la capacité d'adaptation aux enjeux réels du marché. Il incarne ma vision d'un marketing digital à la fois créatif, structuré, orienté résultats et profondément humain.

MARKETING

ÉTUDE ET ANALYSE DU MARCHÉ

SOMMAIRE

Introduction	3
Étude de marché	5
Analyse PESTEL	23
Les 5 forces de Porter	26
Analyse SWOT	28
Exploration de la concurrence	30
Cibles et personas	37
SMART	43
Stratégie digitale	44
Promesse et valeur	46
Marketing 4P et 6C	47
Inbound Marketing	51
Nos canaux de marketing digital	54
KPI’s	55

blazed

Dans un contexte où les freelances peinent à se démarquer dans un marché saturé et compétitif, notamment dans les domaines du digital, du webmarketing, de la création numérique, du développement web et du webdesign, **BLAZED** se positionne comme une solution novatrice pour répondre à ces défis. Créée par un groupe de passionnés originaires de Marseille et inspirée par des valeurs de solidarité, de créativité, et de dépassement de soi, notre plateforme a pour mission de faciliter la mise en relation entre freelances et entreprises tout en favorisant une intégration directe dans des équipes créatives existantes. Ce positionnement unique fait de **BLAZED** bien plus qu'une simple plateforme de mise en relation : c'est un écosystème conçu pour valoriser les talents juniors, leur offrir des opportunités concrètes et leur permettre de développer des compétences tout en enrichissant leur portfolio.

À l'intersection des besoins des entreprises et des aspirations des freelances, **BLAZED** se distingue par son approche inclusive et pragmatique. Contrairement aux plateformes traditionnelles telles que Fiverr, Malt ou Upwork, souvent perçues comme trop sélectives ou impersonnelles, **BLAZED** propose un cadre où chaque freelance peut s'intégrer directement à des projets en cours, renforçant ainsi les synergies et l'efficacité des équipes. Cette stratégie innovante répond aux attentes des entreprises en quête de talents adaptés à leurs besoins spécifiques, tout en offrant aux freelances un tremplin vers des expériences significatives et valorisantes.

Dans cette analyse, je présente le marché sur lequel **BLAZED** évolue, les dynamiques concurrentielles identifiées, et les opportunités différenciantes que j'ai choisies de saisir pour faire de la plateforme une solution à la fois attractive et efficace. J'y explique aussi le rôle stratégique que j'ai défini pour **BLAZED** en tant que catalyseur de collaboration entre freelances et entreprises.

J'y détaille ses atouts distinctifs, sa valeur ajoutée, et son impact potentiel sur le marché du travail créatif et digital. **BLAZED** est une plateforme engagée, pensée comme un levier stratégique : elle facilite l'intégration des freelances dans des projets concrets, accompagne les entreprises dans la structuration de leurs équipes, tout en développant un environnement créatif fort. À travers les choix que j'ai opérés en termes de positionnement, de fonctionnalités, de branding et de stratégie marketing, j'ai construit un projet cohérent, ambitieux, et aligné avec les enjeux actuels du marché.

Je suis également pleinement consciente que le marché des freelances comporte de nombreux défis : saturation des plateformes traditionnelles, manque de visibilité pour les juniors, exigences croissantes des entreprises... Face à ces réalités, j'ai orienté **BLAZED** vers des solutions différenciantes, pour transformer ces obstacles en véritables leviers de croissance et d'impact.

FREELANCES X ENTREPRISES

Pour bien différencier les deux leviers d'action que j'ai mis en place, nous avons conçu BLAZED pour jouer un rôle central dans la mise en relation entre freelances et entreprises, grâce à une approche à la fois unique et ciblée. D'un côté, ma communication à destination des entreprises vise à les accompagner dans leurs démarches créatives, en leur proposant des talents adaptés à leurs projets et en simplifiant leur intégration au sein d'équipes déjà existantes. De l'autre côté, je valorise les freelances en mettant en avant leur savoir-faire, en leur offrant des opportunités concrètes et en facilitant leur participation à des projets actifs.

FREELANCES

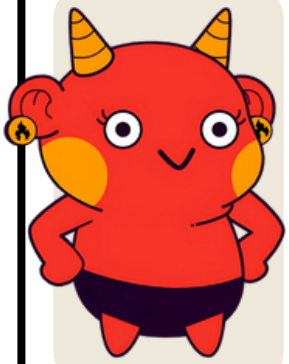
ENJEUX

- Offrir des opportunités concrètes pour les juniors et les freelances en les intégrant à des projets créatifs déjà actifs.
- Aider les freelances à développer leur portfolio et leur réseau professionnel.
- Simplifier leur gestion des missions via des outils et une plateforme intuitive.

OBJECTIFS

- Fournir une solution accessible pour intégrer les freelances dans des équipes existantes.
- Créer une communauté solidaire et dynamique pour les freelances, basée sur l'entraide et l'accompagnement.
- Valoriser les compétences et l'expérience des freelances auprès des entreprises.

ENTREPRISES



ENJEUX

- Faciliter la recherche de talents créatifs répondant aux besoins spécifiques des entreprises.
- Renforcer la collaboration et l'efficacité des équipes en intégrant des freelances dans des projets structurés.
- Promouvoir une gestion simplifiée et efficace des missions via une plateforme dédiée.

OBJECTIFS

- Mettre en avant les projets des entreprises grâce à une mise en relation ciblée avec des freelances.
- Créer des équipes créatives performantes adaptées à chaque projet.
- Accroître la visibilité des entreprises partenaires via des solutions sur-mesure.

ÉTUDE DE MARCHÉ

MISE EN PLACE D'OUTILS DE VEILLE

Pour entamer mon analyse du marché, j'ai mis en place une stratégie de veille concurrentielle et sectorielle, en utilisant divers outils et méthodes pour collecter et analyser les informations pertinentes dans le secteur des agences d'influence spécialisées dans le digital.

Ces outils m'ont permis de surveiller les tendances émergentes, d'identifier les mouvements des acteurs clés, et de repérer de nouvelles opportunités à exploiter pour renforcer le positionnement de BLAZED.
Voici les outils que j'ai sélectionnés, ainsi que la justification de chacun de mes choix :

GOOGLE ALERTS

MISE EN ŒUVRE

J'ai configuré des alertes pour des mots-clés tels que "application freelancing", "tendances marketing d'influence" et "plateformes de freelances en webmarketing". Cela me permet de recevoir régulièrement des notifications sur les nouvelles publications en ligne liées à mon secteur.

RÉSULTATS

Cette veille m'a permis d'identifier des tendances clés, telles que l'essor des micro et nano-influenceurs, la montée en puissance de l'intelligence artificielle dans le marketing d'influence, ainsi que l'importance croissante de l'authenticité et de la transparence dans les campagnes.

PERTINENCE

Cet outil, gratuit et simple d'utilisation, me garantit une surveillance constante des actualités et des tendances sectorielles, indispensables pour affiner ma stratégie.

MOTEURS DE RECHERCHE ET SITES SPÉCIALISÉS

MISE EN ŒUVRE

J'ai mené une veille régulière sur des moteurs de recherche comme Google et Bing, en ciblant spécifiquement des sites spécialisés tels que Malt, Fiverr, ainsi que des acteurs concurrents comme Upwork ou Freelancer.com.

RÉSULTATS

Cette recherche m'a permis de découvrir plusieurs études de marché indiquant que le secteur des plateformes de freelancing connaît une croissance significative en France. Entre 2009 et 2020, le nombre de freelances a augmenté de 92 %, atteignant environ 1 million en 2020, et les projections estiment que ce chiffre pourrait atteindre 1,5 million d'ici 2030.

PERTINENCE

Ces recherches m'ont fourni des données précieuses, permettant de comparer les stratégies adoptées par les concurrents directs et indirects et d'identifier des axes de différenciation pertinents pour BLAZED.

BASES DE DONNÉES PROFESSIONNELLES

MISE EN ŒUVRE

Pour approfondir mon analyse, j'ai consulté des bases de données professionnelles telles que Statista et l'INSEE, afin de recueillir des données précises sur le marché du freelancing en France.

RÉSULTATS

En 2023, plus de 3,3 millions de personnes exerçaient en freelance en France, marquant une augmentation notable depuis la pandémie de COVID-19. En 2024, les secteurs les plus représentés chez les freelances en France sont le conseil aux entreprises, la communication et le marketing.

PERTINENCE

Ces bases m'ont offert des analyses chiffrées détaillées, indispensables pour valider les observations qualitatives recueillies grâce à mes autres outils de veille.

FLUX RSS ET NEWSLETTERS SECTORIELLES

MISE EN ŒUVRE

Pour enrichir ma veille informationnelle, j'ai intégré des flux RSS provenant de sites spécialisés tels que Le Monde et France Info, ainsi que des abonnements à des newsletters dédiées au freelancing et au futur du travail, comme celles de Mutinerie et Malt.

RÉSULTATS

Cette veille m'a permis de rester informée des dernières actualités, notamment l'augmentation continue du nombre de freelances en France, qui pourrait dépasser les 1,5 million d'ici 2030, illustrant ainsi une transformation durable du marché du travail.

PERTINENCE

Ces flux représentent une source d'information fiable, idéale pour suivre l'évolution des politiques publiques et les grandes tendances dans les domaines professionnels émergents, y compris dans la consommation bio.

ANALYSE DES SITES CONCURRENTS

MISE EN ŒUVRE

J'ai mené une veille active sur les sites de concurrents tels que Malt, Fiverr, Le Hibou, Staffme et Upwork, en analysant leur offre de services ainsi que leurs outils de communication.

RÉSULTATS

On note une montée en puissance des plateformes spécialisées par secteur d'activité, offrant des services hautement qualifiés et adaptés aux besoins spécifiques des clients. De plus, l'accent est mis sur la création de communautés de freelances, favorisant les échanges et le partage de connaissances

PERTINENCE

Cette veille concurrentielle m'a été précieuse, car elle m'a permis d'identifier les lacunes et opportunités laissées par les autres acteurs du marché, et ainsi de différencier plus efficacement les actions stratégiques de BLAZED.

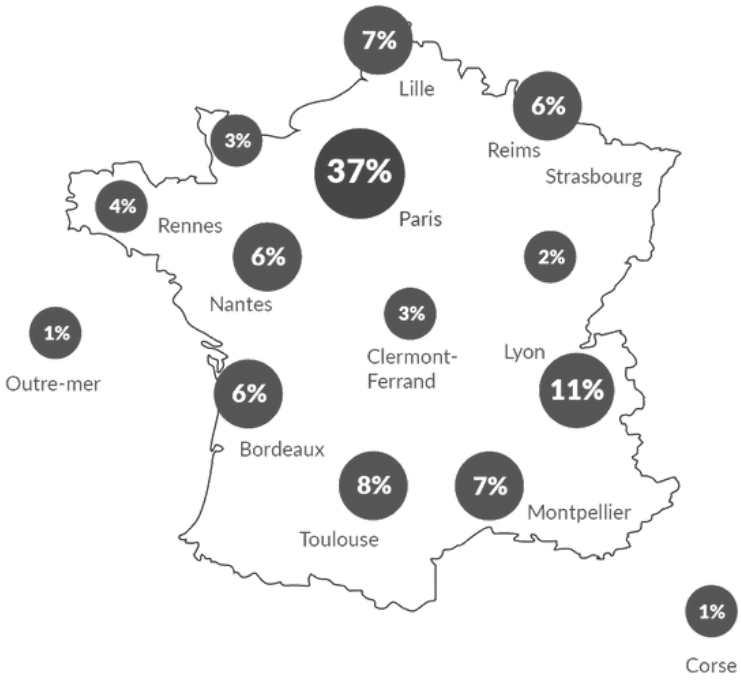
Grâce à la mise en place de ces outils de veille, je suis en mesure de surveiller efficacement le marché et les acteurs clés, tout en adaptant en continu ma stratégie aux évolutions du secteur des plateformes de services numériques en freelance.

ANALYSE DU MARCHÉ

DIMENSION GÉOGRAPHIQUE DU MARCHÉ

Le marché français du freelancing a connu une croissance significative au cours de la dernière décennie. Entre 2009 et 2020, le nombre de freelances a augmenté de 92 %, atteignant environ 1 million de personnes, avec une projection d'environ 1,5 million d'ici 2030. Cette expansion est particulièrement marquée dans les secteurs du conseil, de la communication et du marketing.

La répartition géographique des freelances en France montre une concentration notable en Île-de-France, qui abrite environ 37 % des freelances. Lyon et son agglomération se positionnent en deuxième place, regroupant 11 % des freelances français. Cette distribution souligne l'importance des grandes métropoles comme pôles d'activité pour les travailleurs indépendants.



Bien que la France connaisse une croissance notable du freelancing, plusieurs défis demeurent :

- **Disparités territoriales :** certaines régions, comme l'Île-de-France, concentrent une majorité de freelances, tandis que d'autres zones restent moins développées en termes d'activité indépendante.
- **Concurrence accrue :** Avec plus de 3,3 millions de freelances en 2023, la compétition pour les missions s'intensifie, rendant la visibilité et la différenciation essentielles.
- **Accès aux opportunités :** Les freelances en dehors des grands centres urbains peuvent rencontrer des difficultés à accéder aux missions de premier plan, souvent centralisées dans les métropoles.

Ces enjeux nécessitent des solutions innovantes pour assurer une croissance équilibrée et équitable du freelancing à travers le pays.

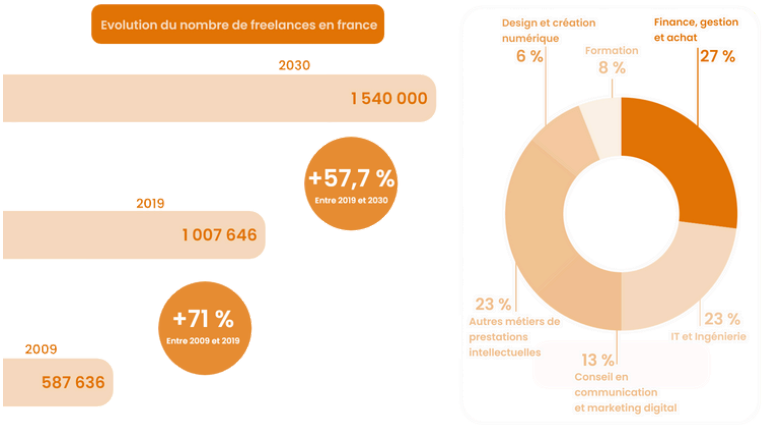
ANALYSE DU MARCHÉ

ÉVOLUTION DU MARCHÉ EN VALEUR ET EN VOLUME

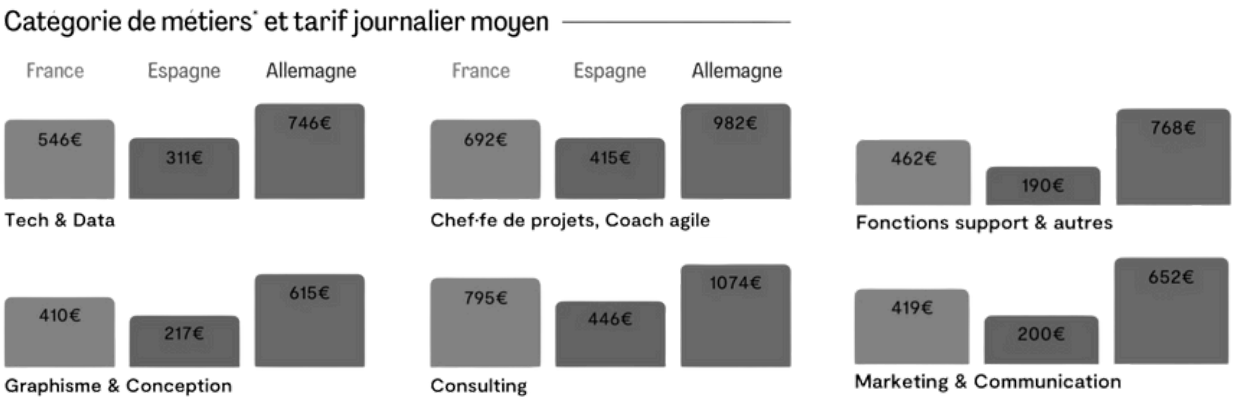
Le secteur du freelancing digital en France a connu une croissance significative ces dernières années. En 2023, plus de 1,3 millions de personnes exerçaient en freelance en France, avec une augmentation notable depuis la pandémie de COVID-19.

Les métiers du numérique et de l'informatique représentent une part importante de cette population, avec environ 50 % des freelances se concentrant dans des domaines tels que le développement web, le design graphique et le marketing digital.

En termes de revenus, le chiffre d'affaires moyen des freelances en France est d'environ 40 000 euros par an. Cette dynamique est soutenue par une demande croissante de flexibilité et d'expertise numérique, tant de la part des entreprises que des professionnels souhaitant diversifier leurs sources de revenus.



En France, le tarif journalier moyen des freelances varie considérablement selon les secteurs d'activité. Les professions dans le domaine de la Tech & Data affichent un tarif moyen de 546 € par jour, tandis que le Graphisme & Conception et le Marketing & Communication se situent respectivement à 410 € et 419 €. Les postes de Chef·fe de projets ou de Coach agile atteignent en moyenne 692 €, et les services de Consulting dominent avec 795 € par jour. Les fonctions support et autres catégories affichent un tarif moyen de 462 €. Ces données mettent en lumière l'importance stratégique des métiers du numérique et leur position croissante en termes de valeur économique sur le marché freelance français, renforçant ainsi leur compétitivité face à d'autres pays européens comme l'Allemagne et l'Espagne.



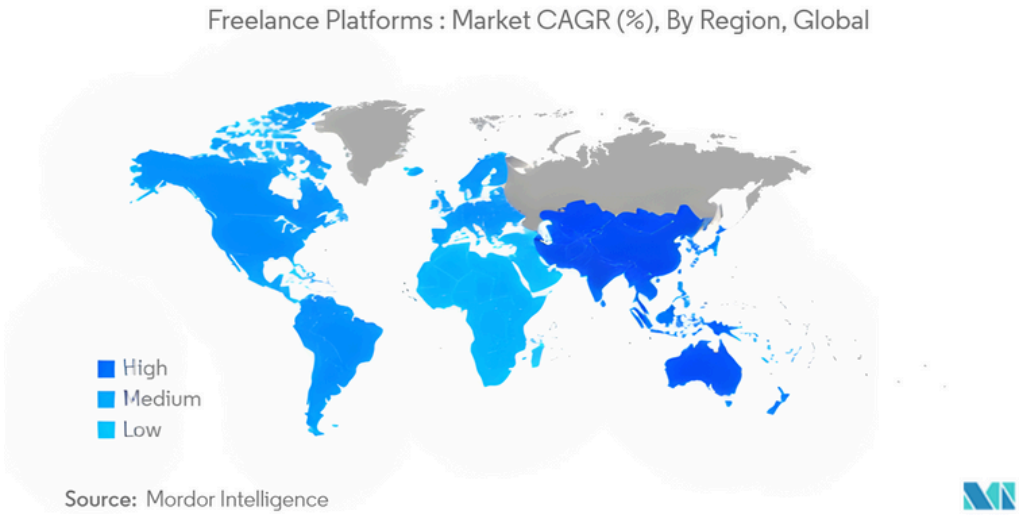
ANALYSE DU MARCHÉ

DIMENSION GÉOGRAPHIQUE DU MARCHÉ

Les places de marché en ligne dédiées aux travailleurs indépendants du secteur digital connaissent une croissance significative, facilitant la mise en relation entre freelances et entreprises à la recherche de compétences spécifiques. En 2024, la taille du marché mondial des plateformes de freelance est estimée à 6,56 milliards USD, avec une prévision d'atteindre 14,17 milliards USD d'ici 2029, soit un taux de croissance annuel composé (CAGR) de 16,66% sur cette période.

Le marché des plateformes de freelance est réparti de manière inégale à travers le monde, avec une concentration notable dans certaines régions :

- Amérique du Nord : cette région représente une part significative du marché, avec une adoption croissante des plateformes de freelance par les entreprises cherchant à accéder à une main-d'œuvre flexible et spécialisée.
- Europe : le marché européen est en expansion, avec une augmentation notable du nombre de freelances et une adoption accrue des plateformes en ligne pour la recherche de missions.
- Asie-Pacifique : cette région connaît la croissance la plus rapide, en raison de l'augmentation du nombre de freelances et de la demande croissante de services digitaux.



Le marché est fragmenté, avec plusieurs acteurs majeurs opérant à l'échelle mondiale :

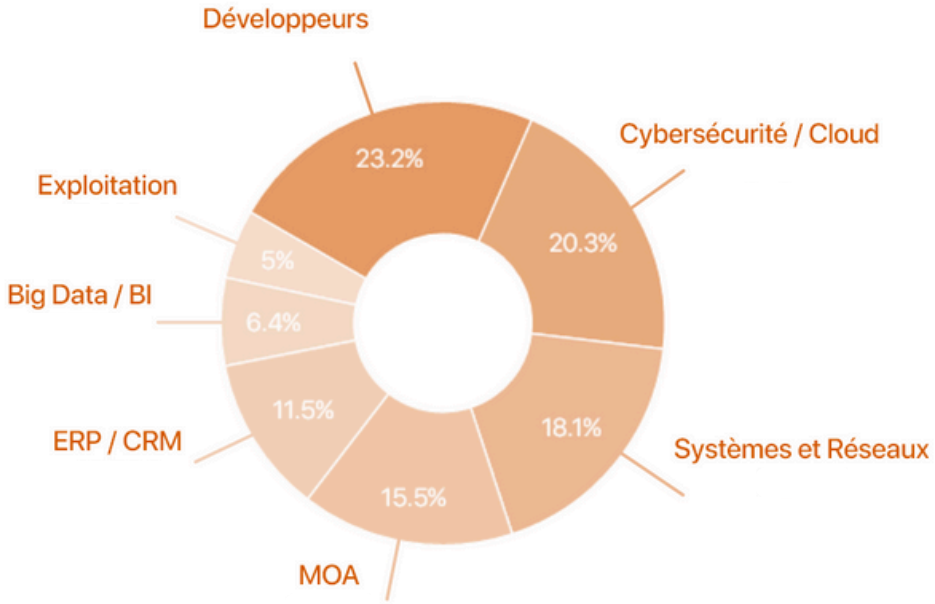
1. Upwork Global Inc.
2. Fiverr International Ltd.
3. Guru.com
4. Skyword Inc.
5. Freelancer Limited

Ces plateformes offrent une variété de services permettant aux freelances de proposer leurs compétences et aux entreprises de trouver des talents adaptés à leurs besoins.
Une proportion significative de freelances utilise ces plateformes pour trouver des missions :
70% des freelances utilisent des plateformes en ligne telles qu'Upwork, Fiverr ou Freelancer pour trouver des missions.
Entre 2020 et 2021, le nombre de freelances inscrits sur Malt a augmenté de 39%.

ANALYSE DU MARCHÉ

DIMENSION GÉOGRAPHIQUE DU MARCHÉ

En France, le marché des freelances est en constante évolution, avec une répartition notable des professionnels selon leur domaine d'activité. Selon une étude récente, la distribution des freelances par type de métier est la suivante :



Le travail dig llaborer avec des clients à l'échelle nationale, indépendamment de leur localisation. Cette dématérialisation des services réduit l'importance de la proximité physique, élargissant ainsi les opportunités pour les freelances basés en dehors des grands centres urbains.

Cependant, certaines considérations demeurent pertinentes :

- **Réseautage et opportunités locales :** les grandes villes, notamment Paris, Lyon, Nantes et Bordeaux, disposent d'écosystèmes technologiques dynamiques, offrant davantage d'opportunités de réseautage, d'événements professionnels et de collaborations potentielles.
- **Accès aux clients :** bien que le travail à distance soit courant, certains clients privilégient une collaboration avec des freelances situés à proximité pour faciliter les interactions en personne, notamment lors des phases clés d'un projet.
- **Tarification :** les taux journaliers moyens (TJM) peuvent varier selon les régions, influencés par le coût de la vie et la concentration des entreprises. Par exemple, les freelances basés en Île-de-France peuvent facturer des tarifs plus élevés que ceux en régions.

En conclusion, bien que le travail digital permette aujourd'hui une portée nationale, j'ai constaté que la localisation géographique continue d'influencer certains aspects de l'activité freelance, notamment en ce qui concerne le réseautage, l'accès aux clients et la tarification. C'est pourquoi je considère essentiel d'intégrer ces facteurs dans toute réflexion stratégique liée à l'implantation ou au développement de services freelances en France.

ANALYSE DU MARCHÉ

EN VOLUME

Les plateformes en ligne jouent un rôle crucial dans la mise en relation entre freelances et entreprises. En France, le volume d'affaires généré par ces plateformes est estimé à environ 3,5 milliards d'euros, sur un marché total du freelancing évalué à 50 milliards d'euros, ce qui représente 7 % du volume total des transactions liées au freelancing. Parmi ces freelances, une proportion importante exerce dans le domaine du digital. Environ 50 % des freelances travaillent dans les secteurs du design, du développement web et de l'informatique.

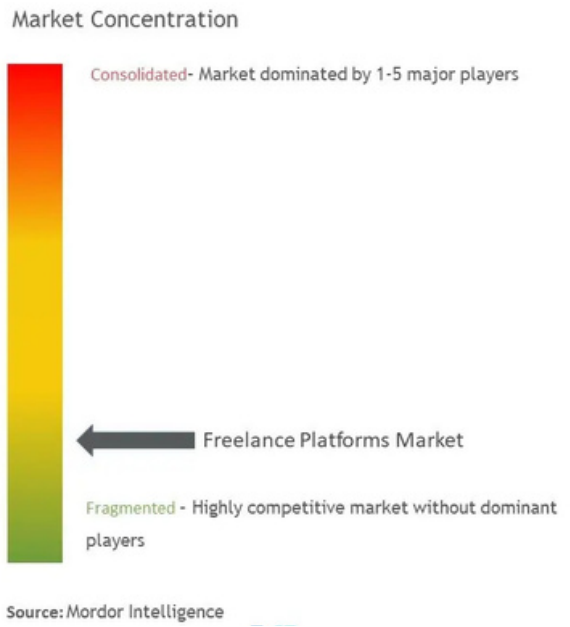
Parmi les plateformes les plus influentes en France, on retrouve :

- **Malt :** Cette plateforme revendique une communauté de 250 000 freelances et collabore avec 85 % des entreprises du CAC 40.

- **LeHibou :** Spécialisée dans l'IT, LeHibou compte environ 90 000 freelances inscrits et réalise entre 115 et 123 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024, avec 92 % de ses revenus provenant d'entreprises du CAC 40 ou du SBF 120.

En termes de parts de marché, bien que des données précises soient limitées, il est estimé que Malt et LeHibou figurent parmi les leaders du marché français des plateformes de freelances digitaux. Malt, avec sa récente levée de fonds de 80 millions d'euros, vise une expansion internationale, ce qui pourrait renforcer sa position dominante.

En termes de répartition sectorielle, environ **50 % des freelances** travaillent dans les domaines du design, du développement web et de l'informatique, indiquant une prédominance des compétences digitales parmi les travailleurs indépendants.



Le marché des plateformes de freelancing est fragmenté, avec une forte compétition entre de nombreux acteurs, sans domination par un petit groupe.

Cela offre des opportunités aux nouveaux entrants pour se démarquer via des niches ou des innovations, mais impose aussi des défis en termes de différenciation et fidélisation. Des leaders comme Upwork, Fiverr ou Malt se démarquent, mais le marché reste ouvert à des acteurs régionaux et spécialisés.

Cette structure favorise l'innovation tout en maintenant une concurrence intense.

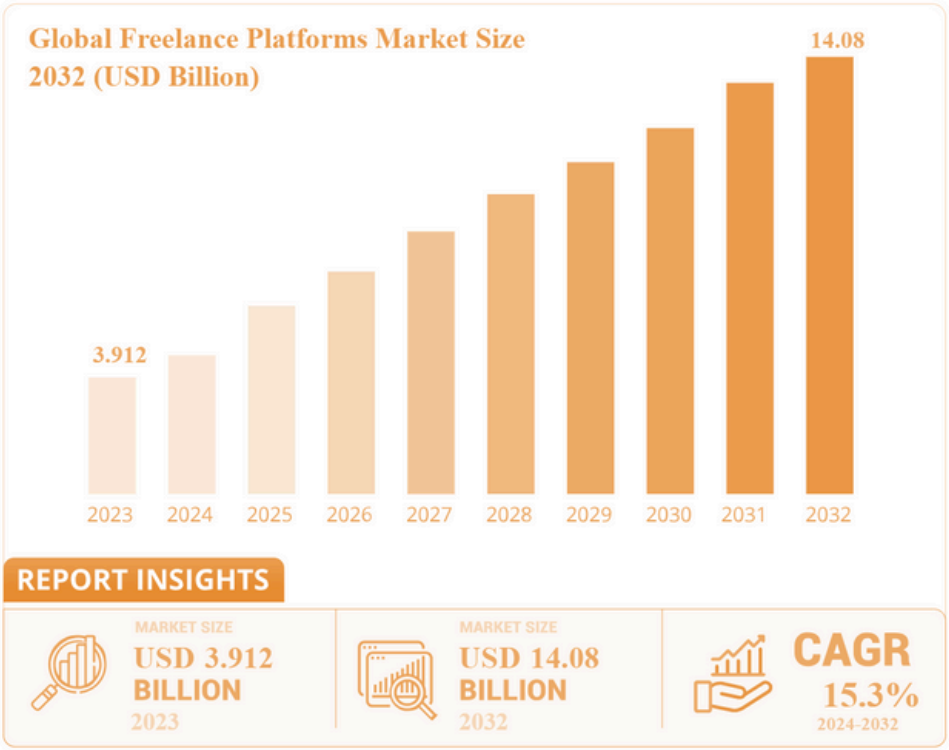
ANALYSE DU MARCHÉ

EN VOLUME

En 2023, la taille du marché mondial des plateformes de freelancing a été estimée à 3,912 milliards USD, reflétant une adoption massive de ces solutions pour connecter les travailleurs indépendants et les entreprises dans un monde de plus en plus digitalisé. Ce chiffre souligne la pertinence croissante des plateformes comme Upwork, Fiverr ou Freelancer dans la facilitation des missions globales, particulièrement dans les secteurs technologiques et créatifs.

En 2024, on estime que ce marché aura atteint environ 4,5 milliards USD, poursuivant une croissance significative portée par la digitalisation accélérée et l'essor du travail à distance. Ce développement s'inscrit dans une tendance mondiale où les entreprises, en quête de flexibilité et d'agilité, se tournent de plus en plus vers les freelances pour répondre à leurs besoins spécifiques. Cette progression est également soutenue par des initiatives visant à renforcer la confiance et la transparence sur ces plateformes, facilitant ainsi leur adoption à une échelle encore plus large.

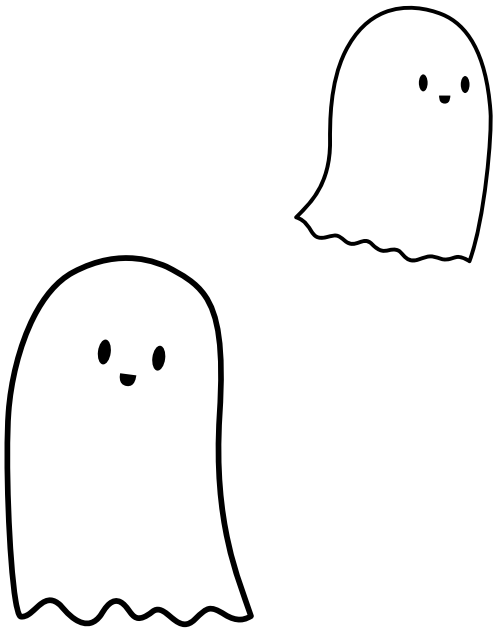
Avec un CAGR prévu de 15,3 % pour la période 2024-2032, ce marché représente une opportunité majeure pour les acteurs établis et les nouveaux entrants qui souhaitent capitaliser sur cette dynamique globale.



ANALYSE DU MARCHÉ

SERVICES PROPOSÉS PAR BLAZED

BLAZED offre une plateforme innovante conçue pour connecter de manière fluide freelances et entreprises, répondant ainsi aux besoins spécifiques de chaque partie. En tant qu'intermédiaire stratégique, nous nous positionnons comme un facilitateur incontournable dans le secteur des services numériques.



1 Création de profils pour les freelances

- Les freelances peuvent créer un profil détaillé sur la plateforme, mettant en avant leurs compétences, leurs expériences, leurs projets réalisés et leurs tarifs. Une interface intuitive leur permet également de personnaliser leur vitrine professionnelle et de se démarquer grâce à des évaluations et des recommandations laissées par leurs précédents clients.

2 Publication d'annonces pour les entreprises

- Les entreprises, de leur côté, ont la possibilité de publier des annonces détaillées pour des missions spécifiques. Chaque annonce peut inclure les compétences recherchées, la durée de la mission, le budget alloué, et des détails sur l'entreprise pour attirer les freelances les plus qualifiés.

3 Système de matching intelligent

- Grâce à un algorithme de matching avancé, **BLAZED** propose des suggestions personnalisées aux freelances et aux entreprises en fonction des critères définis. Ce système optimise les connexions en tenant compte des compétences, des disponibilités, et des exigences du projet, garantissant ainsi des collaborations fructueuses.

ANALYSE DU MARCHÉ

SERVICES PROPOSÉS PAR BLAZED

4 Communauté collaborative et outils intégrés

- Blazed ne se limite pas à la simple mise en relation. L'application propose également une communauté active où freelances et entreprises peuvent échanger, partager des idées et collaborer. Des outils intégrés, tels que des systèmes de messagerie instantanée, des espaces de gestion de projet, et des options de facturation automatisée, facilitent chaque étape de la collaboration.

5 Services premium pour une expérience optimisée

Pour les utilisateurs souhaitant aller plus loin, **BLAZED** propose des services premium, tels que :

- Une visibilité accrue pour les profils et les annonces.
- Un accompagnement personnalisé pour les entreprises en recherche de talents spécifiques.

BLAZED se distingue par son environnement inclusif qui permet à tous les acteurs de se mélanger librement. Les freelances ont la possibilité de candidater à diverses annonces, tandis que les entreprises peuvent explorer les profils disponibles pour des collaborations futures. Cette flexibilité favorise la diversité et l'innovation au sein des projets, en rendant accessible un large éventail de compétences et d'opportunités.

Avec ces services, nous avons l'ambition de devenir une référence sur le marché des plateformes de mise en relation, en créant un écosystème dynamique où freelances et entreprises coexistent et prospèrent ensemble.

ANALYSE DU MARCHÉ

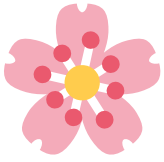
SECTEURS SOUTENUS PAR L'AGENCE

Notre entreprise se concentre sur quatre secteurs clés pour répondre aux besoins des freelances et des entreprises. Elle offre des opportunités dans le développement web, la création graphique, le webmarketing et le webdesign, en couvrant les compétences les plus recherchées dans le domaine digital. Ces domaines permettent de connecter des talents spécialisés à des projets variés et innovants.

Développement web
Blazed accompagne les freelances spécialisés dans la création de sites web, d'applications, et dans la maintenance de solutions numériques. Les développeurs front-end, back-end, et full-stack trouvent ici des opportunités adaptées à leurs compétences techniques.

Création graphique
Le secteur du design est un pilier essentiel de la plateforme, permettant aux graphistes, illustrateurs et motion designers de collaborer sur des projets variés comme l'identité visuelle, la production de contenus animés, et le branding.

Webmarketing et réseaux sociaux
Les experts en stratégie digitale, gestion de campagnes publicitaires, SEO/SEA, et gestion des réseaux sociaux bénéficient d'un espace où mettre en avant leurs savoir-faire pour booster la visibilité et la performance des entreprises.



Webdesign
Les freelances spécialisés dans la conception de designs UX/UI et la création d'interfaces utilisateur intuitives et esthétiques disposent d'opportunités variées pour contribuer à des projets nécessitant une expérience utilisateur optimisée.

Ces secteurs clés sont au cœur des missions proposées, reflétant les besoins actuels du marché et des entreprises.

LE BESOIN DU MARCHÉ

PROBLÉMATIQUE IDENTIFIÉE

- **Marché du freelancing en forte croissance :** en France, plus de 1 million de freelances en 2023, avec une progression continue dans les secteurs du digital, du marketing et du développement web.
- **Manque d'accompagnement personnalisé :** les plateformes existantes ne proposent pas de véritable suivi ni d'intégration des freelances dans les projets.
- **Difficulté à trouver des profils adaptés :** 65 % des PME et start-ups peinent à recruter des freelances qualifiés et disponibles rapidement.
- **Gestion administrative complexe :** freelances et entreprises perdent du temps avec des tâches administratives (contrats, paiements, facturation).

POURQUOI BLAZED RÉPOND À CE BESOIN ?

Je propose une réponse globale et innovante à ces problématiques. Grâce à un système de matching intelligent, les freelances sont connectés à des missions parfaitement alignées avec leurs compétences et les besoins des entreprises. L'accompagnement ne s'arrête pas à la mise en relation : BLAZED propose des ressources éducatives, du mentorat et un suivi personnalisé pour les freelances, ainsi qu'une gestion simplifiée des projets pour les entreprises. Les freelances sont intégrés directement dans les équipes, favorisant une collaboration fluide et efficace. Par ailleurs, la plateforme optimise la gestion administrative en automatisant les contrats, les paiements et le suivi des missions, permettant ainsi de gagner du temps et d'éviter les erreurs.

MARCHÉ EN EXPANSION

Le marché du freelancing en France devrait atteindre plus de 20 milliards d'euros d'ici 2025. Près de 45 % des PME et start-ups envisagent d'intensifier leur recours aux freelances dans les prochaines années. Ce besoin est particulièrement marqué dans les domaines du développement web, du design UX/UI, du marketing digital et de la gestion de projet. Cette dynamique souligne l'importance d'une plateforme comme la notre, capable de structurer et de fluidifier les collaborations entre freelances et entreprises.

NOTRE VALEUR AJOUTÉ

Certaines plateformes existantes comme Malt ou Le Hibou suscitent des avis partagés. Certains utilisateurs déjà inscrits se disent insatisfaits en raison de missions peu qualifiées, de commissions élevées ou d'un manque d'accompagnement personnalisé. D'autres hésitent à s'y inscrire à cause des retours négatifs sur la concurrence accrue, du manque de visibilité pour les freelances débutants ou encore de la complexité des démarches administratives. Même parmi les utilisateurs satisfaits, beaucoup regrettent l'absence de suivi personnalisé, de sécurité renforcée sur les paiements ou d'un véritable accompagnement dans la gestion de carrière.

C'est pourquoi BLAZED a été pensée pour lever ces freins : des missions ciblées et adaptées, des frais transparents et compétitifs, un accompagnement personnalisé à chaque étape (mentorat, gestion administrative, réseau d'entraide) et des paiements sécurisés. Mon objectif est d'offrir une expérience complète qui s'adapte aussi bien aux freelances débutants qu'aux professionnels expérimentés, tout en répondant aux besoins spécifiques des entreprises.

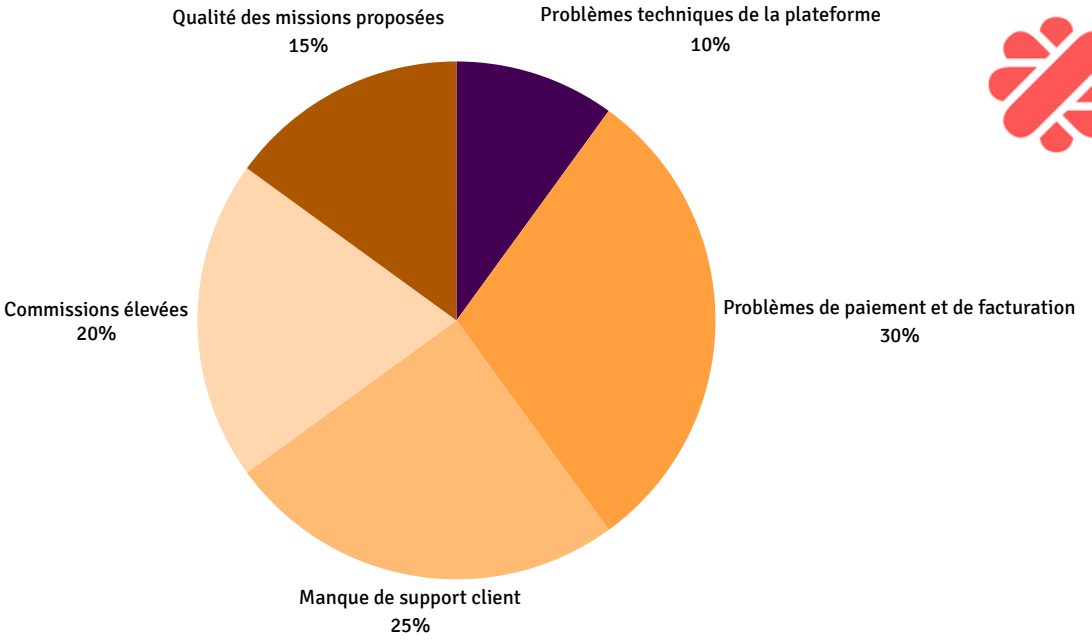
LE BESOIN DU MARCHÉ

Étant notre plus grand concurrent français, il est crucial d'analyser les forces et les faiblesses de la plateforme Malt pour mieux comprendre les attentes du marché et proposer des solutions adaptées.

Si l'on considère les 550 000 freelances et les 70 000 entreprises utilisant la plateforme Malt, il est essentiel de comprendre les points de satisfaction et d'insatisfaction de ses utilisateurs. Sur un échantillon de 1 241 personnes interrogées, les résultats révèlent des tendances claires concernant leur expérience :

- 71 % des utilisateurs se déclarent globalement satisfaits des services proposés.
- 10 % sont moyennement satisfaits, exprimant des attentes non totalement comblées.
- 19 % des utilisateurs se disent insatisfaits, mettant en lumière plusieurs points de friction majeurs.

PARMI LES PRINCIPALES SOURCES D'INSATISFACTION IDENTIFIÉES



- **Problèmes de paiement et de facturation (30 %) :** retards de paiements, erreurs de facturation, et complexité dans le suivi des transactions.
- **Manque de support client (25 %) :** difficulté à obtenir des réponses ou des solutions adaptées de la part du service client.
- **Commissions élevées (20 %) :** des frais jugés excessifs par rapport aux services offerts.
- **Qualité des missions proposées (15 %) :** missions peu adaptées aux compétences des freelances ou mal rémunérées.
- **Problèmes techniques de la plateforme (10 %) :** bugs récurrents et interface peu intuitive.

COMBLER LES FAILLES DU MARCHÉ

L’analyse des retours d’expérience des utilisateurs de Malt, principal acteur français du marché, met en lumière des insatisfactions majeures qui traduisent un besoin profond d’amélioration. Ces faiblesses du marché offrent une opportunité stratégique à exploiter.

1. Les 19 % d’utilisateurs insatisfaits soulignent des problématiques récurrentes :
Des paiements non sécurisés et des erreurs de facturation provoquent des pertes financières et un manque de confiance. Les freelances attendent une plateforme plus fiable dans la gestion de leurs transactions.

2. Un support client peu réactif crée de la frustration, en particulier lorsque des problèmes urgents surviennent. Les utilisateurs recherchent un accompagnement réactif et personnalisé pour résoudre rapidement leurs difficultés.

3. Des commissions trop élevées pèsent sur la rentabilité des freelances, qui cherchent des alternatives plus équitables avec des frais adaptés et transparents.

4. Des missions peu qualifiées ou inadaptées sont souvent proposées, ce qui ne répond pas aux attentes des freelances expérimentés et des entreprises en quête de talents spécifiques.

5. Des problèmes techniques récurrents rendent l’utilisation des plateformes moins fluide et plus contraignante. L’attente est forte pour une interface ergonomique et performante.

UN BESOIN RÉEL, UNE RÉPONSE NÉCESSAIRE

Ces constats révèlent un manque d’offres adaptées et fiables dans le secteur. Le marché est prêt pour une plateforme qui propose :

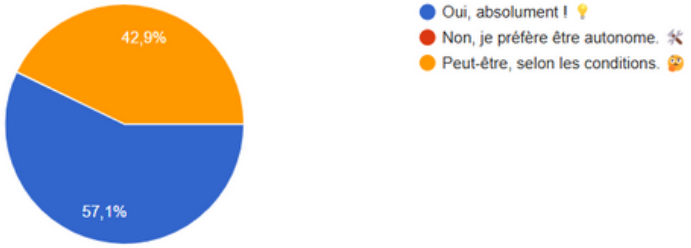
- Une relation de confiance entre freelances et entreprises, avec des processus simplifiés.
- Une sélection rigoureuse des missions, parfaitement alignées avec les compétences des freelances.
- Un accompagnement efficace, qui soutient les utilisateurs à chaque étape de leurs projets.
- Des coûts justes et transparents, permettant à chacun d'évoluer dans un environnement équilibré.

Il est clair que le marché a besoin d’une solution capable de combler ces lacunes. Je suis prête à répondre à cette demande croissante en proposant une expérience optimisée et centrée sur les besoins réels des utilisateurs.

ÉTUDE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

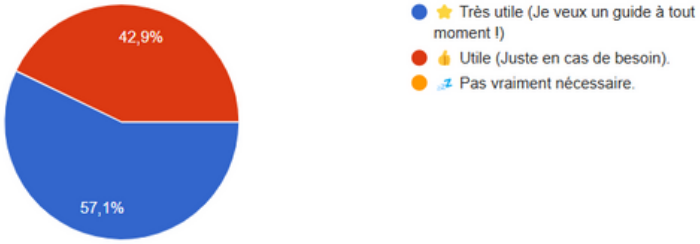
Pour illustrer le besoin réel sur le marché, j'ai mené une enquête qualitative et quantitative auprès de 98 freelances issus de divers secteurs d'activité. Les résultats mettent en lumière les attentes, les frustrations et les besoins spécifiques des freelances face aux plateformes existantes.

UN BESOIN CLAIR D'ACCOMPAGNEMENT



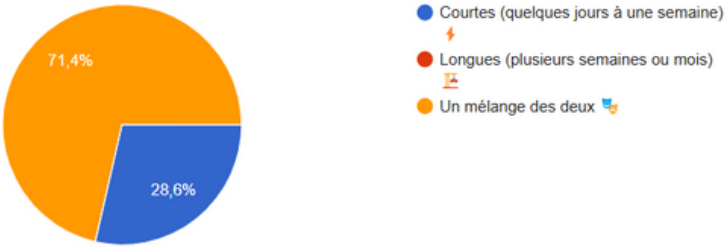
57,1 % des freelances interrogés se disent très intéressés par un système de mentorat. Ce chiffre montre que la majorité des freelances, notamment les juniors, ressentent le besoin d'être guidés dans leurs débuts. Cette demande souligne l'importance d'intégrer des outils de mentorat et d'accompagnement personnalisé au sein de la plateforme BLAZED.

UNE GESTION SIMPLIFIÉE ET ACCESSIBLE



57,1 % des participants considèrent qu'un support accessible 7j/7 est indispensable pour les accompagner au quotidien, tandis que 42,9 % le jugent utile en cas de besoin. Ce résultat confirme l'importance de proposer un service client réactif et disponible, ainsi que des outils de gestion administrative simplifiée (contrats, facturation, paiements).

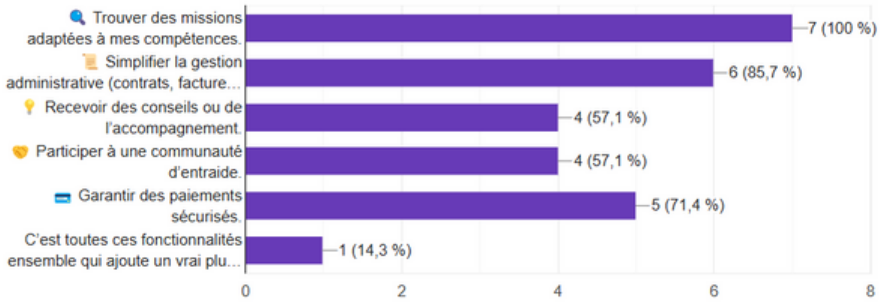
LA FLEXIBILITÉ DES MISSIONS : UN FACTEUR CLÉ



71,4 % des freelances préfèrent avoir un mélange de missions courtes et longues, tandis que 28,6 % privilégient les missions courtes. Ce besoin de flexibilité souligne l'importance de proposer des missions variées pour s'adapter aux attentes des freelances et des entreprises.

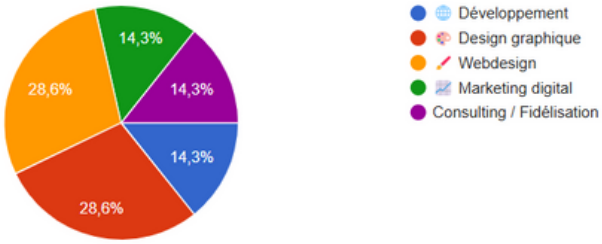
ÉTUDE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

DES FONCTIONNALITÉS ATTENDUES



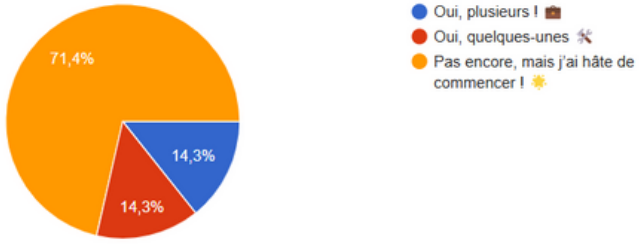
100 % des répondants souhaitent trouver des missions adaptées à leurs compétences, et 85,7 % expriment le besoin de simplifier la gestion administrative. De plus, 71,4 % souhaitent des paiements sécurisés, et 57,1 % sont intéressés par des conseils et de l'accompagnement. Ces résultats confirment la nécessité pour BLAZED d'offrir une expérience fluide et sécurisée, alliant matching intelligent et outils de gestion performants.

UNE DIVERSITÉ DE PROFILS ET DE SECTEURS



Les freelances interrogés sont issus de divers domaines : développement web, design graphique, webdesign, marketing digital et consulting. Cette pluralité de secteurs prouve qu'il est essentiel pour BLAZED de proposer une plateforme polyvalente et adaptée à des compétences variées.

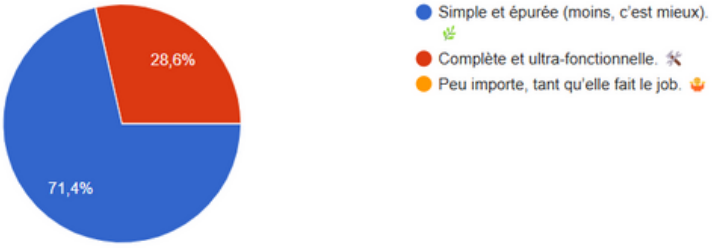
UN MANQUE D'EXPÉRIENCE À COMBLER



71,4 % des répondants n'ont pas encore réalisé de missions freelance, bien qu'ils soient motivés à commencer. De plus, 57,1 % se considèrent comme freelances juniors (moins de deux ans d'expérience). Ce constat démontre un besoin fort d'accompagnement pour aider ces profils à démarrer efficacement, notamment grâce à des outils de mentorat et de formation.

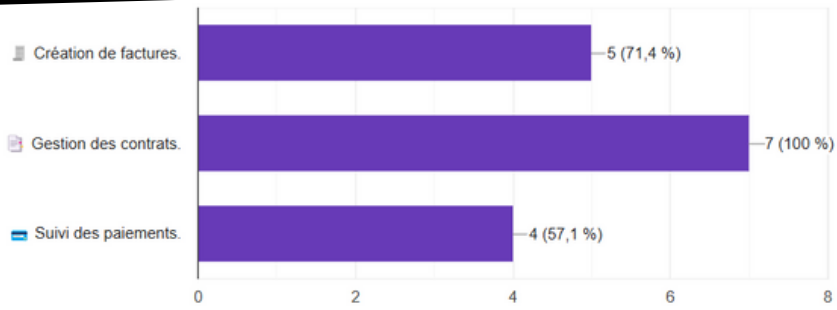
ÉTUDE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

UN BESOIN D'OUTILS SIMPLES ET INTUITIFS



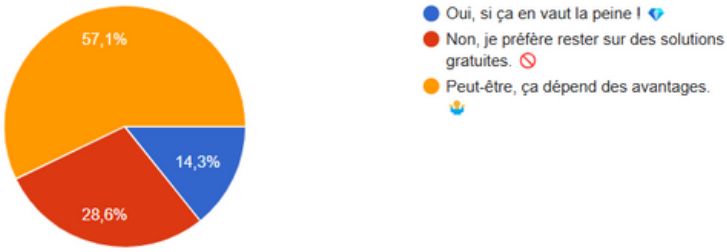
71,4 % des freelances interrogés préfèrent une interface simple et épurée. Ce résultat met en évidence l'importance de concevoir une plateforme ergonomique et facile à prendre en main, qui évite les fonctionnalités superflues et favorise une expérience utilisateur fluide.

UNE GESTION ADMINISTRATIVE AUTOMATISÉE ET SÉCURISÉE



La gestion des contrats (100 %), la création de factures (71,4 %) et le suivi des paiements (57,1 %) figurent parmi les principales attentes. Cela confirme la nécessité pour BLAZED d'intégrer des outils performants qui automatisent ces tâches, réduisent la charge administrative et garantissent des paiements sécurisés.

UNE DEMANDE CROISSANTE POUR DES SERVICES PREMIUM



Bien que seulement 14,3 % des freelances soient certains de vouloir payer pour des services premium, 57,1 % pourraient envisager cette option si les avantages sont clairs et pertinents. Ce résultat montre qu'il existe un potentiel pour proposer des offres premium attractives, notamment en matière de priorisation des missions ou d'accompagnement personnalisé.

ÉTUDE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

CONCLUSION GLOBALE DE L'ENQUÊTE

L'analyse complète de l'enquête que j'ai menée met en lumière des besoins clairs et profonds sur le marché du freelancing, tant du côté des freelances que des entreprises. Ces résultats confirment la pertinence et la nécessité d'une solution comme celle que je propose avec BLAZED.

Du côté des freelances, ils expriment un besoin fort d'accompagnement personnalisé, notamment avec la mise en place d'un système de mentorat pour les aider à se lancer et se développer. Ils attendent également des outils simples et efficaces pour simplifier leur quotidien, avec une forte demande pour l'automatisation des tâches administratives (contrats, factures, suivi des paiements) et la garantie de paiements sécurisés.

La majorité des freelances souhaitent accéder à des missions adaptées à leurs compétences, tout en bénéficiant d'une interface simple et intuitive facilitant la navigation et la gestion de leurs projets. L'importance d'un réseau d'entraide a également été mise en avant, soulignant le besoin de créer une véritable communauté active, propice aux échanges et à la collaboration.

Du côté des entreprises, les attentes se concentrent sur un accès rapide à des talents qualifiés, une gestion simplifiée des missions, et la garantie de livrables de qualité. Elles recherchent des freelances capables de s'intégrer rapidement dans leurs équipes, pour répondre à des besoins ponctuels ou stratégiques.

Enfin, concernant les services premium, bien que certains freelances se montrent encore hésitants, une majorité se dit prête à investir dans des solutions qui leur apportent une valeur ajoutée claire, notamment à travers des fonctionnalités avancées, des missions prioritaires ou un accompagnement stratégique.

Ces résultats confirment qu'il existe un réel besoin pour une plateforme comme BLAZED, qui ne se contente pas de connecter les freelances aux entreprises, mais qui facilite et sécurise l'ensemble du processus de collaboration. À travers la combinaison de flexibilité, d'accompagnement, de sécurité et d'innovation, j'affirme BLAZED comme une réponse concrète et attendue par l'écosystème freelance.

ANALYSE PESTEL

Pour appréhender l'environnement dans lequel évolue ma plateforme, j'ai réalisé une analyse PESTEL, un outil indispensable pour cerner les multiples influences du macro-environnement sur le marché des plateformes de mise en relation pour freelances numériques. Ce type d'analyse met en lumière les opportunités et les défis qui façonnent mon activité, tout en offrant une vision claire des tendances et des risques associés.

En explorant les dimensions politiques, économiques, sociales, technologiques, environnementales et légales, je suis en mesure d'ajuster ma stratégie et d'anticiper les changements susceptibles d'impacter le développement de BLAZED.

FACTEURS POLITIQUES

- **Réglementations sur le travail indépendant :** les législations, telles que le "Plan Indépendants" en France, visent à améliorer les conditions des travailleurs indépendants, influençant directement les opérations de notre plateforme.
- **Politiques fiscales :** les obligations fiscales pour les freelances, comme la taxe sur le travail indépendant, impactent leur revenu net et peuvent influencer leur choix de missions.
- **Initiatives gouvernementales pour le numérique :** les programmes nationaux de transformation digitale encouragent l'adoption de plateformes numériques, offrant des opportunités de croissance pour notre agence.
- **Stabilité politique :** un environnement politique stable favorise la confiance des investisseurs et des utilisateurs dans les services en ligne, condition essentielle au développement de notre activité.

FACTEURS ÉCONOMIQUES

- **Croissance du freelancing :** en France, le nombre de freelances a augmenté de 145 % en dix ans, atteignant 1,2 million en 2022, indiquant une demande croissante pour des plateformes de mise en relation.
- **Inflation et pouvoir d'achat :** l'augmentation des coûts de la vie peut pousser les entreprises à rechercher des solutions flexibles et économiques, comme l'embauche de freelances via des plateformes en ligne.
- **Fluctuations monétaires :** les variations des taux de change affectent les transactions internationales, particulièrement pour les freelances travaillant avec des clients étrangers.
- **Investissements dans le secteur numérique :** les financements accrus dans la tech favorisent l'émergence de nouvelles plateformes et intensifient la concurrence sur le marché.

ANALYSE PESTEL

FACTEURS SOCIOCULTURELS

- **Évolution des modes de travail :** la recherche de flexibilité et d'autonomie conduit de plus en plus de professionnels à choisir le statut de freelance, élargissant ainsi notre base d'utilisateurs potentiels.
- **Démographie des freelances :** une majorité de freelances sont des hommes (57 %) et près de la moitié ont entre 25 et 35 ans, ce qui peut orienter les services et fonctionnalités proposés par notre plateforme.
- **Perception du travail indépendant :** l'acceptation croissante du freelancing comme choix de carrière légitime renforce la crédibilité des plateformes de mise en relation.
- **Importance de l'équilibre vie professionnelle/vie privée :** les freelances valorisent la flexibilité offerte par leur statut, ce qui influence leurs attentes vis-à-vis des missions proposées.

FACTEURS TECHNOLOGIQUES

- **Avancées en intelligence artificielle :** l'utilisation d'algorithmes de matching permet d'optimiser la mise en relation entre freelances et entreprises, améliorant l'efficacité de notre plateforme.
- **Sécurité des données :** La protection des informations personnelles et professionnelles est cruciale pour instaurer la confiance des utilisateurs envers notre service.
- **Adoption du cloud computing :** les solutions cloud facilitent la collaboration à distance et le partage de ressources, éléments clés pour les freelances numériques.
- **Développement d'applications mobiles :** une application mobile performante permet aux utilisateurs d'accéder facilement aux services de la plateforme, augmentant ainsi l'engagement.

FACTEURS ÉCOLOGIQUES

- **Sensibilisation à l'empreinte carbone :** les entreprises et les freelances sont de plus en plus conscients de leur impact environnemental, privilégiant des modes de travail réduisant les déplacements.
- **Réglementations écologiques :** les normes environnementales peuvent influencer les types de projets proposés, notamment dans le développement de solutions numériques durables.
- **Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) :** les entreprises intègrent des critères écologiques dans leur processus de sélection des prestataires, ce qui peut impacter les missions disponibles sur notre plateforme.
- **Gestion des ressources énergétiques :** l'utilisation de data centers écologiques et l'optimisation énergétique des services en ligne deviennent des préoccupations majeures pour les plateformes numériques.

ANALYSE PESTEL

FACTEURS LÉGAUX

- **Réglementations sur le statut des freelances :** les lois encadrant le travail indépendant, comme les obligations en matière de protection sociale, influencent le fonctionnement de notre plateforme.
- **Droits de propriété intellectuelle :** la clarification des droits liés aux créations des freelances est essentielle pour éviter les litiges et assurer une collaboration sereine.
- **Conformité au RGPD :** le respect du Règlement Général sur la Protection des Données est impératif pour protéger les informations des utilisateurs et éviter des sanctions.
- **Obligations contractuelles :** la mise en place de contrats clairs entre les freelances et les entreprises est nécessaire pour définir les responsabilités et les attentes de chaque partie.

CONCLUSION

Mon analyse PESTEL révèle que le marché des plateformes de mise en relation pour freelances numériques évolue dans un environnement dynamique, présentant à la fois des opportunités et des défis pour BLAZED.

D'une part, les politiques gouvernementales favorables à l'économie numérique et l'augmentation significative du nombre de freelances en France avec une croissance de 145 % en dix ans, atteignant 1,2 million en 2022 offrent un terreau propice au développement de ma plateforme.

De plus, l'évolution des modes de travail vers davantage de flexibilité et l'adoption accrue des technologies numériques renforcent la pertinence du positionnement de BLAZED. Cependant, je dois naviguer dans un paysage concurrentiel en constante intensification, où l'innovation technologique rapide m'impose une adaptation continue.

Les fluctuations économiques, comme l'inflation ou les variations du pouvoir d'achat, peuvent également influencer la demande pour mes services. Enfin, les évolutions réglementaires liées au travail indépendant nécessitent une vigilance constante, afin d'assurer la conformité de BLAZED et de maintenir la confiance de mes utilisateurs.

LES 5 FORCES DE PORTER

RIVALITÉ ENTRE CONCURRENTS

Niveau de rivalité : ÉLEVÉ (4/5)

Dans le domaine des plateformes de mise en relation pour freelances numériques, la rivalité entre concurrents est intense. Des acteurs établis comme Malt, Fiverr, Le Hibou, Freelancer, StaffMe ou Upwork dominent le marché en offrant des services variés et des bases d'utilisateurs considérables. Ces plateformes investissent massivement dans des fonctionnalités innovantes, renforçant leur attractivité. Cependant, notre positionnement unique, qui favorise l'intégration des freelances dans des équipes existantes et encourage les interactions collaboratives, offre un avantage différenciant.

Éléments clés :

- Présence de leaders mondiaux bien implantés.
- Besoin de se démarquer par une offre unique (intégration d'équipe, outils collaboratifs).
- Marché en croissance rapide, permettant l'émergence de nouveaux acteurs.

MENACE DES NOUVEAUX ENTRANTS

Niveau de menace : MODÉRÉE (3/5)

Le marché des plateformes pour freelances numériques attire de nouveaux acteurs grâce à sa forte croissance. Des startups innovantes ou des entreprises technologiques peuvent facilement lancer des plateformes similaires en s'appuyant sur des technologies accessibles et des modèles freemium. Cependant, la réputation et la fidélité des utilisateurs envers les plateformes existantes constituent des barrières à l'entrée pour ces nouveaux entrants.

Éléments clés :

- Accessibilité technologique facilitant l'arrivée de nouveaux acteurs.
- Fidélité des utilisateurs envers les plateformes établies, un facteur protecteur.
- Importance de développer une communauté forte et engageante pour limiter l'érosion des utilisateurs.

MENACE DES PRODUITS DE SUBSTITUTION

- **Niveau de menace : MODÉRÉE (3/5)**

Les alternatives aux plateformes numériques, telles que le recours direct à des réseaux professionnels (LinkedIn, associations sectorielles) ou l'utilisation de logiciels de gestion internes par les entreprises, représentent une menace. Ces solutions peuvent éviter les frais associés aux plateformes et simplifier la collaboration pour certains utilisateurs. Toutefois, la valeur ajoutée des plateformes réside dans leur capacité à automatiser la mise en relation et à centraliser les échanges.

Éléments clés :

- Alternatives gratuites ou internes, comme LinkedIn ou des outils de gestion dédiés.
- Nécessité d'accentuer les avantages des plateformes (matching intelligent, outils intégrés).
- Importance de fidéliser les utilisateurs en proposant des services différenciants.

LES 5 FORCES DE PORTER

POUVOIR DE NÉGOCIATION DES CLIENTS

- **Niveau de pouvoir : ÉLEVÉ (4/5)**

Les freelances et les entreprises, en tant que principaux utilisateurs, disposent d'un fort pouvoir de négociation. Avec l'abondance de plateformes disponibles, ils peuvent choisir celle offrant le meilleur rapport qualité-prix et les fonctionnalités les plus adaptées. Pour se différencier, notre plateforme doit garantir des services premium, une transparence des tarifs et une expérience utilisateur fluide.

Éléments clés :

- Clients sensibles aux coûts et à la qualité des services.
- Nécessité de proposer une expérience utilisateur supérieure.
- Fidélisation des freelances par des outils adaptés à leurs besoins.

POUVOIR DE NÉGOCIATION DES FOURNISSEURS

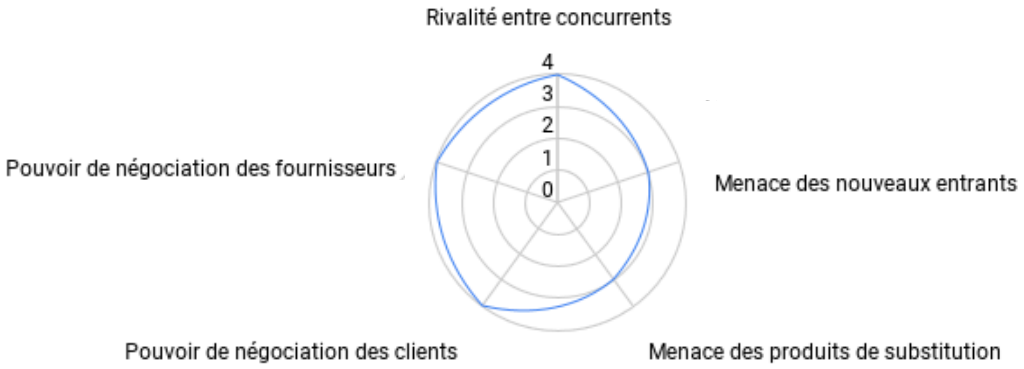
- **Niveau de pouvoir : ÉLEVÉ (4/5)**

Dans ce secteur, les "fournisseurs" correspondent principalement aux freelances. Leur pouvoir de négociation est important, car leur présence et leur qualité de service déterminent la valeur de la plateforme. Les freelances expérimentés peuvent privilégier des plateformes offrant une meilleure visibilité ou des conditions plus attractives.

Éléments clés :

- Freelances exigeants en termes de visibilité et de fonctionnalités.
- Nécessité d'attirer des talents de qualité pour renforcer la crédibilité de la plateforme.
- Importance d'instaurer un environnement de collaboration attractif pour retenir les meilleurs talents.

RADAR DES FORCES DE PORTER



ANALYSE SWOT

Suite aux analyses précédentes, je positionne BLAZED comme un acteur stratégique sur le marché des plateformes de mise en relation pour freelances numériques. En proposant des services innovants, pensés pour favoriser la collaboration et l'intégration des freelances dans des projets d'entreprise, je réponds aux attentes d'un marché en pleine évolution. Ma mission est d'accompagner à la fois les freelances et les entreprises grâce à une approche collaborative et à des outils performants, ce qui me permet de me distinguer de la concurrence. Cependant, les défis externes, comme la montée en puissance de nouvelles plateformes ou l'émergence d'alternatives gratuites, soulignent l'importance pour moi de renforcer la différenciation de BLAZED et d'optimiser mes atouts stratégiques. Le SWOT qui suit synthétise les éléments clés pour guider mes prochaines décisions stratégiques.

FORCES

- **Positionnement innovant :** notre plateforme se distingue en facilitant l'intégration des freelances au sein des équipes existantes, offrant une expérience collaborative unique qui répond aux besoins actuels des entreprises en quête de flexibilité et d'expertise.
- **Interface utilisateur intuitive :** nous proposons une interface conviviale et ergonomique, facilitant la navigation et l'utilisation pour les freelances et les entreprises, ce qui améliore l'engagement et la satisfaction des utilisateurs.
- **Outils intégrés de gestion de projet :** notre plateforme offre des fonctionnalités complètes, incluant la gestion des missions et des espaces de communication sécurisés, simplifiant ainsi les processus administratifs pour les deux parties.
- **Croissance du marché du freelancing :** le nombre de freelances en France a augmenté de 145 % en dix ans, atteignant 1,2 million en 2022, indiquant une demande croissante pour des plateformes de mise en relation.

FAIBLESSES

- **Dépendance aux commissions :** notre modèle économique repose principalement sur les commissions prélevées sur les transactions, ce qui peut être perçu négativement par certains utilisateurs et limiter notre compétitivité face à des plateformes proposant des frais réduits.
- **Concurrence accrue :** le marché des plateformes de freelances est saturé, avec des acteurs majeurs bien établis, rendant difficile la différenciation et l'acquisition de parts de marché significatives.
- **Ressources limitées pour le marketing :** nos moyens restreints en matière de promotion peuvent freiner notre capacité à accroître notre notoriété et à attirer de nouveaux utilisateurs face à des concurrents disposant de budgets marketing plus conséquents.
- **Dépendance à la technologie :** toute défaillance technique ou cyberattaque pourrait gravement affecter la confiance des utilisateurs et la continuité de nos services, soulignant la nécessité d'investissements constants en cybersécurité et maintenance.

OPPORTUNITÉS

- **Adoption accélérée de la digitalisation par les entreprises :** de plus en plus d'entreprises, en particulier les PME/TPE, intègrent le numérique dans leurs opérations, ce qui augmente la demande pour des freelances spécialisés et des plateformes facilitant leur mise en relation.
- **Émergence des nouveaux marchés géographiques :** l'internationalisation du freelancing offre des opportunités de connecter les freelances français à des entreprises étrangères, élargissant ainsi leur portée et augmentant les missions transfrontalières.
- **Montée en puissance des besoins en compétences spécifiques :** avec l'explosion des technologies comme l'IA et la cybersécurité, la demande pour des experts dans ces domaines crée une opportunité pour notre plateforme de se spécialiser dans des secteurs de niche.
- **Initiatives gouvernementales soutenant l'innovation numérique :** en France, des programmes comme "France Num" encouragent la transformation digitale des entreprises, augmentant indirectement la demande pour des freelances via des plateformes en ligne.

MENACES

- **Régulations sur le travail indépendant :** l'évolution des réglementations concernant les plateformes numériques pourrait imposer des coûts supplémentaires ou restreindre les modèles économiques basés sur les commissions.
- **Volatilité économique :** les fluctuations économiques et l'inflation peuvent réduire la capacité des entreprises à investir dans des talents externes, impactant directement le volume d'affaires sur le marché des freelances.
- **Risques liés à l'emploi d'auto-entrepreneurs :** les plateformes numériques qui mettent en relation les entreprises et les auto-entrepreneurs présentent des risques importants en matière de garantie de la qualité des prestations réalisées et de déstabilisation des professionnels établis sur le marché.
- **Alternatives non numériques :** des solutions traditionnelles, comme les réseaux locaux ou les recommandations personnelles, restent des concurrents non négligeables, surtout pour les entreprises recherchant des relations à long terme.

Cette analyse met en lumière les nombreux atouts de notre entreprise, notamment son positionnement innovant, ses outils collaboratifs intégrés, et sa capacité à répondre aux attentes croissantes des entreprises en quête de flexibilité et d'expertise. Cependant, notre dépendance à la technologie et les défis liés à la fidélisation des utilisateurs soulignent des axes d'amélioration nécessaires. Pour rester compétitive et pertinente, je dois capitaliser sur les opportunités offertes par la digitalisation accrue des entreprises et l'émergence de nouveaux marchés internationaux, tout en anticipant les menaces telles que les évolutions réglementaires et la volatilité économique. Une stratégie combinant une spécialisation sur des secteurs porteurs et une expansion géographique réfléchie renforcera notre rôle en tant qu'acteur du freelancing numérique.

EXPLORATION DE LA CONCURRENCE

CONCURRENTS DIRECTS

En tant que plateforme spécialisée dans la mise en relation entre freelances et entreprises, notre entreprise opère sur un marché compétitif. Bien que notre positionnement innovant nous distingue, plusieurs acteurs bien établis partagent des objectifs similaires en termes de facilitation des collaborations dans le domaine du freelancing numérique. Voici un aperçu de nos principaux concurrents directs au niveau national et international :

MALT

Plateforme française leader, Malt propose un vaste choix de profils et se distingue par sa transparence tarifaire et sa présence en Europe. Elle met l'accent sur la qualité des missions et la diversité des secteurs représentés.

FIVERR

Acteur international de référence, Fiverr s'adresse à une large audience en proposant des services à des tarifs attractifs, parfois très bas. Son modèle orienté sur le volume attire un grand nombre de freelances, mais peut limiter la perception de qualité.

LE HIBOU

Plateforme française axée principalement sur les missions tech et IT, Le Hibou se concentre sur des projets complexes et des freelances expérimentés. Sa spécialisation en fait une référence pour les entreprises recherchant des profils très techniques.

UPWORK

Avec une envergure mondiale, Upwork est l'un des leaders du secteur. Il propose un large éventail de missions et de profils grâce à un système de matching avancé, attirant aussi bien les freelances que les grandes entreprises.

COMET

Spécialisée dans les profils tech, Comet cible un marché de niche en proposant des collaborations à forte valeur ajoutée dans des domaines techniques et innovants.

CRÈME DE LA CRÈME

Communauté sélective de freelances experts, Crème de la Crème collabore avec des entreprises prestigieuses pour proposer des missions de qualité, en mettant l'accent sur la rapidité de paiement et des conditions de travail optimales.

Ces plateformes, bien établies sur le marché, partagent des objectifs similaires aux miens, comme la mise en relation de freelances et d'entreprises. Leur notoriété et la diversité de leurs services en font des acteurs majeurs du secteur. Comprendre leurs forces et leur fonctionnement m'a permis d'identifier des axes d'amélioration et de consolider le positionnement de BLAZED, en proposant une alternative différenciante, réellement adaptée aux besoins actuels du marché.

EXPLORATION DE LA CONCURRENCE

BENCHMARK CONCURRENTS DIRECTS

Entreprises	Forces	Faiblesses	Services	Tarifs
MALT	• Forte présence en Europe, notamment en France, avec une communauté de plus de 550 000 freelances. • Transparence sur les profils et les tarifs. • Diversité des compétences disponibles. • Interface intuitive facilitant les mises en relation.	• Commission prélevée sur les missions. • Concurrence accrue entre freelances. • Présence limitée en dehors de l'Europe. • Nécessité pour les freelances de se démarquer dans un large vivier de talents.	• Mise en relation directe entre freelances et entreprises. • Gestion des contrats et des paiements sécurisés. • Outils de communication intégrés. • Support client dédié.	• Freelances : commission de 10 % HT sur le montant de la mission, dégressive à 5 % après 6 mois avec le même client, et à 2 % lorsque le freelance invite son client sur Malt. • Entreprises : frais de service de 5 % à 9 % selon le plan choisi.
FIVERR	• Portée internationale avec une large base d'utilisateurs. • Services variés à des tarifs compétitifs. • Possibilité pour les freelances de proposer des "gigs" à partir de 5 $. • Flexibilité pour les freelances dans la création de leurs offres.	• Commission élevée de 20 % sur chaque transaction. • Forte concurrence pouvant tirer les prix vers le bas. • Qualité des services variable. • Interface principalement en anglais, pouvant limiter l'accessibilité pour certains utilisateurs francophones.	• Marketplace de services numériques variés. • Outils de gestion de projets et de communication. • Système d'évaluation et de notation des freelances. • Options de promotion payantes pour augmenter la visibilité des "gigs".	• Freelances : commission de 20 % sur chaque transaction. • Clients : inscription gratuite, avec possibilité d'achats additionnels pour des services premium.
LE HIBOU	• Spécialisation dans les métiers IT avec une communauté de freelances expérimentés. • Processus de sélection rigoureux garantissant la qualité des profils. • Accompagnement personnalisé des clients. • Focus sur les missions de longue durée.	• Présence principalement en France, limitant l'accès aux marchés internationaux. • Orientation sectorielle pouvant restreindre la diversité des missions. • Moins adapté pour les freelances débutants. • Processus de sélection pouvant être perçu comme strict par certains freelances.	• Mise en relation entre freelances IT et grandes entreprises. • Suivi des missions et accompagnement des deux parties. • Outils de gestion administrative et contractuelle. • Assurance pour les missions via un partenariat avec Allianz.	• Freelances : inscription gratuite, sans commission prélevée sur les missions. • Entreprises : tarification basée sur un mark-up transparent ajouté au tarif du freelance.
UPWORK	• Portée mondiale avec une diversité de projets et de clients. • Système de mise en relation avancé. • Outils intégrés pour la gestion des projets. • Possibilité de contrats à long terme.	• Commission dégressive, mais pouvant rester élevée pour les petites missions. • Concurrence internationale intense. • Processus de sélection des freelances parfois strict. • Interface en anglais, ce qui peut être une barrière pour certains utilisateurs non anglophones.	• Marketplace pour divers services freelances. • Outils de gestion de projet et de communication. • Système de paiement sécurisé. • Programmes de formation et de certification pour les freelances.	• Freelances : commission de 20 % sur les premiers 500 $ facturés à un client, puis 10 % jusqu'à 10 000 $, et 5 % au-delà. • Clients : frais de traitement de 3 % sur chaque paiement.
COMET	• Spécialisation dans les profils tech de haut niveau. • Processus de sélection garantissant des freelances qualifiés. • Accompagnement personnalisé des projets. • Focus sur les missions à forte valeur ajoutée.	• Communauté restreinte en raison de la sélection rigoureuse. • Présence principalement en Europe. • Moins adapté pour les missions non-tech. • Processus d'intégration pouvant être perçu comme exigeant par certains freelances.	• Mise en relation entre freelances tech et entreprises. • Suivi personnalisé des missions. • Outils de gestion administrative. • Communauté et événements dédiés aux freelances.	• Freelances : Inscription gratuite, avec possibilité de frais pour des services premium. • Entreprises : Tarification sur devis, en fonction des besoins spécifiques du projet.
CRÈME DE LA CRÈME	• Accès au top 10 % des freelances, garantissant des profils hautement qualifiés. • Collaboration avec des entreprises prestigieuses. • Échanges et développement professionnel via des canaux dédiés. • Accompagnement personnalisé avec des supports dédié pour les freelances et les entreprises.	• Prélèvement de 15 % HT sur chaque mission, à la charge du client. • Processus de sélection strict qui peut limiter l'accès pour certains freelances. • Présence principalement francophone avec une portée internationale limitée. • Dépendance à la plateforme avec des interactions principalement médiées par la plateforme.	• Mise en relation entre freelances sélectionnés et entreprises pour des projets digitaux. • Gestion administrative avec des contrats, paiements sécurisés, facturation automatisée. • Communauté avec un accès à un réseau de freelances via Slack, événements, partenariats. • Accompagnement dans la négociation des conditions de travail (télétravail, TJM, etc.).	• Freelances : inscription gratuite, sans frais directs. • Entreprises : commission de 15 % HT sur chaque mission, intégrée dans le devis.

EXPLORATION DE LA CONCURRENCE

ANALYSE BENCHMARK CONCURRENTS DIRECTS

Forces communes

Ces plateformes de mise en relation entre freelances et entreprises, jouent un rôle essentiel dans l'écosystème du travail indépendant. Elles offrent une interface conviviale facilitant la connexion entre les freelances et les entreprises, simplifiant ainsi le processus de collaboration. Ces entreprises proposent une diversité de services, allant de la mise en relation à la gestion des paiements, en passant par des outils de communication intégrés. Elles contribuent également à la flexibilité du marché du travail, permettant aux entreprises d'accéder à des compétences spécialisées selon leurs besoins spécifiques.

Faiblesses communes

Malgré leurs avantages, ces plateformes présentent certaines limitations. La concurrence accrue entre freelances peut entraîner une pression à la baisse sur les tarifs, affectant la rémunération des indépendants. De plus, les commissions prélevées sur les transactions, parfois élevées, réduisent les revenus nets des freelances. La qualité des services peut varier, notamment sur les plateformes ouvertes à un large public, ce qui peut nuire à la satisfaction des clients.

Spécificités

Chaque plateforme se distingue par ses particularités. Malt est particulièrement implantée en Europe, avec une forte présence en France, et se caractérise par sa transparence sur les profils et les tarifs. Fiverr se démarque par sa portée internationale et la possibilité pour les freelances de proposer des services à partir de 5 $, bien que la commission de 20 % soit notable. Le Hibou se spécialise dans les métiers IT, offrant une sélection rigoureuse de freelances expérimentés, principalement en France. Upwork, avec sa portée mondiale, propose une diversité de projets et de clients, mais la concurrence y est intense. Comet se concentre sur les profils tech de haut niveau, avec un processus de sélection garantissant des freelances qualifiés. Crème de la Crème se distingue par sa sélection rigoureuse, n'acceptant que le top 10 % des freelances, et collabore avec des entreprises prestigieuses, principalement dans l'espace francophone.

Positionnement de BLAZED

Notre entreprise se positionne comme une application innovante, combinant les meilleures pratiques observées chez nos concurrents tout en apportant des solutions aux faiblesses identifiées. Nous mettons l'accent sur une sélection rigoureuse des freelances pour garantir la qualité des services, tout en assurant une transparence totale sur les tarifs et les profils. Notre présence est conçue pour être à la fois locale et nationale, offrant aux freelances et aux entreprises une flexibilité géographique. De plus, nous proposons des outils intégrés de gestion de projet et de communication, facilitant ainsi les collaborations efficaces. En réduisant les commissions prélevées, nous visons à maximiser les revenus des freelances tout en maintenant des tarifs compétitifs pour les entreprises.

Conclusion

Cette analyse met en lumière les forces et faiblesses des principales plateformes de mise en relation entre freelances et entreprises. En m’inspirant des meilleures pratiques et en innovant pour pallier les limitations existantes, j’aspire à positionner BLAZED comme un acteur offrant une réelle valeur ajoutée, tant aux freelances qu’aux entreprises, contribuant ainsi à l’évolution positive du marché du travail indépendant.

EXPLORATION DE LA CONCURRENCE

CONCURRENTS INDIRECTS

En ce qui concerne les concurrents indirects, plusieurs plateformes et outils numériques œuvrent au niveau national et international pour soutenir les freelances ou offrir des services complémentaires à ceux de notre entreprise. Ces acteurs, bien que ne partageant pas exactement le même positionnement, peuvent répondre à certains besoins de nos utilisateurs ou concurrencer indirectement notre activité. Voici quelques exemples de ces organisations :

SILKHOM FREELANCE

Spécialisée dans le recrutement de freelances en informatique et électronique, Silkhom propose des missions longues sur l'ensemble du territoire français, mettant en relation des experts avec des entreprises à la recherche de compétences pointues.

POWO

Agence de freelances axée sur les métiers du management et des technologies, Powo privilégie une approche humaine pour assurer la réussite des projets de ses clients, en proposant des solutions agiles et sur mesure.

HAYS FREELANCE

Division spécialisée du cabinet de recrutement Hays, cette entité se concentre sur le placement de freelances et de travailleurs temporaires, offrant une expertise reconnue dans divers secteurs d'activité.

SURICATE IT

Agence dédiée aux freelances, Suricate iT met l'accent sur la communauté et le partage, proposant des missions en adéquation avec les aspirations de ses consultants, tout en favorisant l'entraide et le développement professionnel.

FREELANCE ADDICT

Cabinet de chasse spécialisé dans le conseil, Freelance Addict collabore avec de grands cabinets et entreprises pour identifier et recruter les meilleurs freelances du marché, assurant un service de qualité à ses clients.

Bien que notre entreprise ne partage pas exactement le même modèle que ces acteurs indirects, elle se positionne de manière complémentaire grâce à son approche unique. Des plateformes comme Silkhom Freelance ou Freelance Addict, bien qu'axées sur des segments spécifiques comme l'IT ou le conseil, apportent une expertise qui influence l'ensemble du marché. Ces acteurs, souvent spécialisés ou soutenus par des réseaux solides, comparent régulièrement leurs performances pour mesurer leur impact et ajuster leurs stratégies. Cela n'exclut pas la possibilité de collaborations futures, mais souligne l'importance pour notre entreprise de maintenir une visibilité et une compétitivité fortes pour se distinguer dans cet environnement concurrentiel.

EXPLORATION DE LA CONCURRENCE

BENCHMARK CONCURRENTS INDIRECTS

Entreprises	Forces	Faiblesses	Services	Tarifs
SILKHOM FREELANCE	• Spécialisation en informatique, digital et électronique. • Présence nationale avec des bureaux à Lyon, Paris, Marseille et Nantes. • Gestion complète des contrats et suivi des missions. • Réseau d'indépendants qualifiés prêts à répondre aux besoins technologiques.	• Portée limitée aux secteurs technologiques. • Moins adapté pour d'autres domaines professionnels. • Dépendance aux entreprises clientes pour l'offre de missions. • Concurrence avec d'autres cabinets spécialisés.	• Recherche et sélection de freelances selon le cahier des charges. • Gestion des aspects contractuels et juridiques. • Suivi de la prestation pendant toute sa durée. • Accompagnement personnalisé pour les freelances.	• Tarif journalier moyen (TJM) : • Développeur informatique : environ 508 €/jour. • Consultant en marketing/webmarketing : environ 563 €/jour. • Variation selon l'expérience, la spécialisation et la localisation.
POWO	• Agence axée sur les métiers du management et des technologies. • Approche humaine privilégiant la réussite des projets clients. • Solutions agiles et sur mesure adaptées aux besoins spécifiques. • Expertise dans l'accompagnement des transformations digitales.	• Spécialisation pouvant limiter l'accès à d'autres secteurs. • Taille de l'agence potentiellement inférieure à celle de grandes structures. • Moins de visibilité pour les freelances en dehors des domaines ciblés. • Dépendance aux entreprises clientes pour l'offre de missions.	• Conseil en management et technologies. • Mise en relation entre freelances et entreprises pour des projets spécifiques. • Accompagnement dans la transformation digitale des organisations. • Solutions personnalisées pour optimiser les performances.	• Tarification sur mesure en fonction des projets et des besoins. • Détails des tarifs disponibles lors de la consultation. • Pas de frais d'inscription pour les freelances.
HAYS FREELANCE	• Expertise reconnue en recrutement temporaire et prestation freelance. • Large réseau de talents dans divers secteurs d'activité. • Gestion des processus administratifs et conformité légale. • Plateformes en ligne pour la gestion des salaires et des feuilles de temps.	• Peut être perçu comme moins spécialisé dans le freelancing pur. • Concurrence avec d'autres grandes agences de recrutement. • Processus potentiellement plus formalisé. • Moins de focus sur la communauté freelance.	• Recherche, sélection et intégration de talents temporaires. • Gestion des aspects administratifs et contractuels. • Solutions de recrutement sur mesure pour les entreprises. • Conseil en ressources humaines et gestion des talents.	• Tarification basée sur la nature de la mission et la durée. • Coûts variables selon les services requis. • Détails des tarifs fournis lors de la consultation.
SURICATE IT	• Approche humaine centrée sur la communauté de freelances. • Transparence sur les missions et les conditions. • Accompagnement personnalisé et suivi régulier. • Organisation de workshops, formations et événements pour les freelances.	• Spécialisation principalement dans les métiers IT. • Portée géographique potentiellement limitée. • Taille de la communauté pouvant être inférieure à celle de grandes plateformes. • Dépendance aux entreprises clientes pour l'offre de missions.	• Mise en relation qualitative entre freelances et entreprises. • Suivi personnalisé tout au long de la mission. • Accès à une communauté active pour l'entraide et le réseautage. • Transparence sur les conditions des missions proposées.	• Modèle de commission : détails fournis lors de la contractualisation. • Les freelances bénéficient automatiquement des augmentations de tarifs journaliers négociées avec les clients.
FREELANCE ADDICT	• Spécialisation dans le conseil et le recrutement de freelances. • Collaboration avec de grands cabinets et entreprises. • Expertise dans l'identification des meilleurs talents du marché. • Service de qualité assuré par des professionnels expérimentés.	• Portée potentiellement limitée à certains secteurs. • Moins adapté pour les freelances débutants. • Dépendance aux entreprises clientes pour l'offre de missions. • Concurrence avec d'autres cabinets de conseil.	• Chasse de têtes pour des missions de conseil. • Mise en relation entre freelances et grandes entreprises. • Accompagnement personnalisé dans le processus de recrutement. • Suivi de mission et gestion des relations client-freelance.	• Tarification basée sur la mission et le niveau d'expertise requis. • Détails des tarifs fournis lors de la consultation. • Pas de frais d'inscription pour les freelances.

EXPLORATION DE LA CONCURRENCE

ANALYSE BENCHMARK CONCURRENTS INDIRECTS

Les plateformes et agences de freelancing en France, bien que n'étant pas en concurrence directe avec notre entreprise, jouent un rôle significatif dans l'écosystème du travail indépendant. Elles offrent une variété de services, allant de la mise en relation entre freelances et entreprises à l'accompagnement personnalisé, contribuant ainsi à la structuration et à la dynamisation du marché du freelancing.

Forces communes

Ces organisations bénéficient de réseaux étendus et d'une expertise sectorielle, notamment dans les domaines de l'informatique, du digital et du conseil. Leur spécialisation leur permet de répondre efficacement aux besoins spécifiques des entreprises en quête de talents qualifiés. De plus, leur présence nationale, voire internationale, leur confère une portée significative pour attirer et placer des freelances sur des missions variées.

Faiblesses communes

Malgré leur positionnement stratégique, ces plateformes et agences sont souvent confrontées à une dépendance vis-à-vis des entreprises clientes pour l'offre de missions, ce qui peut limiter leur autonomie opérationnelle. De plus, leur spécialisation sectorielle peut restreindre leur capacité à diversifier leurs services et à s'adapter à des marchés émergents ou à des besoins transversaux. Enfin, la concurrence accrue dans le secteur du freelancing les oblige à innover constamment pour maintenir leur attractivité et leur compétitivité.

Spécificités

- **Silkhom Freelance** : spécialisée dans les secteurs de l'informatique, du digital et de l'électronique, avec une présence notable dans plusieurs grandes villes françaises.
- **Suricate iT** : met l'accent sur une approche communautaire et humaine, favorisant l'entraide et le développement professionnel des freelances IT.
- **Hays Freelance** : fait partie d'un grand cabinet de recrutement international, offrant une large gamme de services en ressources humaines et une expertise multisectorielle.
- **Freelance Addict** : spécialisée dans le conseil et le recrutement de freelances de haut niveau, collaborant avec de grandes entreprises et cabinets.
- **Powo** : agence axée sur les métiers du management et des technologies, proposant des solutions agiles et sur mesure pour les projets de transformation digitale.

Positionnement de BLAZED

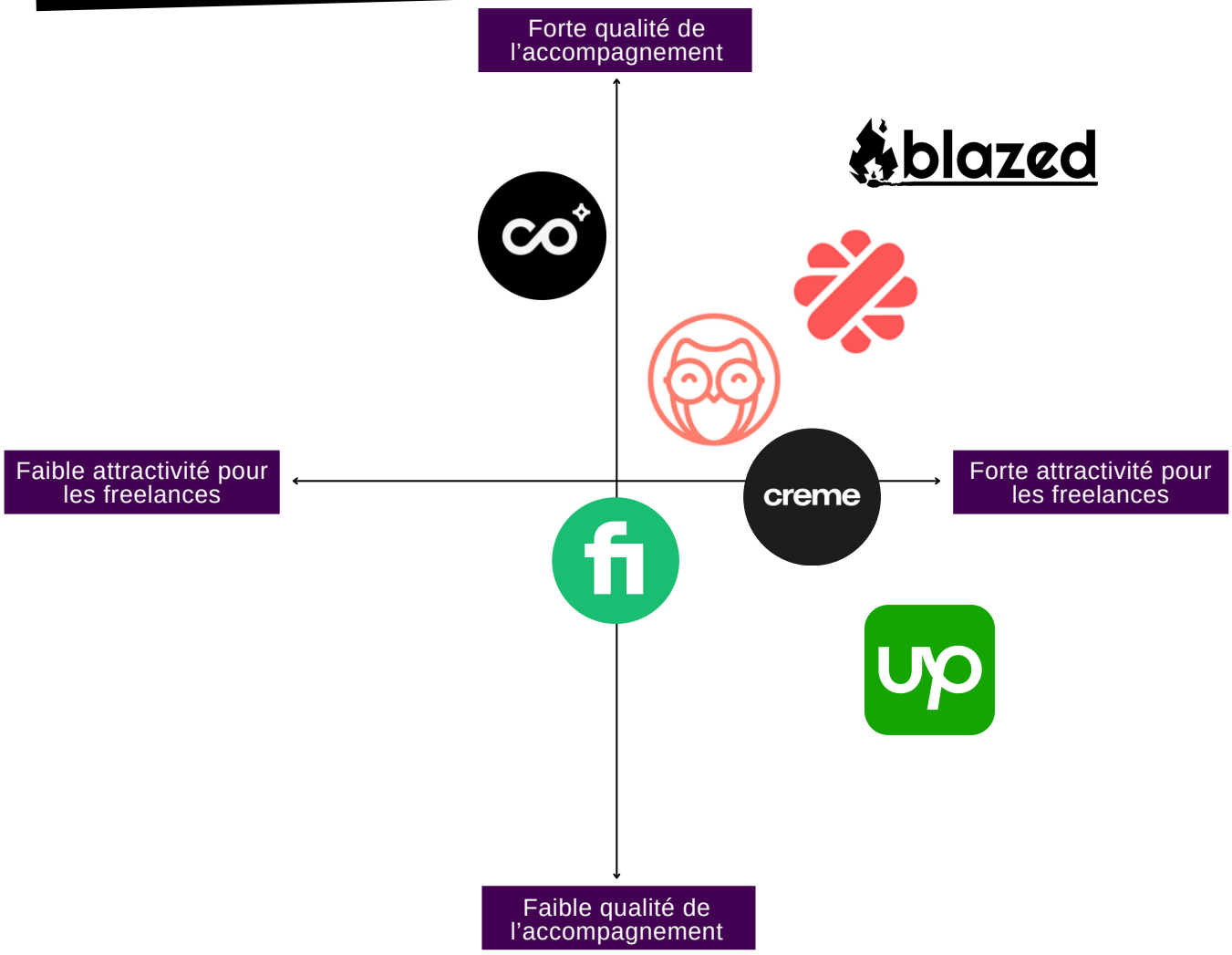
Notre entreprise se distingue par une approche intégrée et personnalisée, combinant les avantages des plateformes numériques et des services d'accompagnement sur mesure. Contrairement à ces acteurs indirects, nous offrons une flexibilité accrue et une adaptation aux besoins spécifiques de nos clients, tout en maintenant une qualité de service.

Conclusion

Les plateformes et agences de freelancing en France jouent un rôle complémentaire dans l'écosystème du travail indépendant, chacune apportant ses spécificités et son expertise. En positionnant BLAZED de manière unique, je vise à tirer parti de ces dynamiques, tout en proposant des solutions innovantes et adaptées aux besoins évolutifs du marché.

POSITIONNEMENT

MAPPING CONCURRENTIEL



ANALYSE DU MAPPING CONCURRENTIEL

Je souhaite positionner BLAZED comme un leader sur le marché des plateformes freelances, grâce à une combinaison unique d'attractivité pour les talents et d'accompagnement personnalisé de haute qualité.
Contrairement à des acteurs comme Malt ou Crème de la Crème, qui se concentrent principalement sur la mise en relation sans suivi approfondi, j'ai conçu BLAZED pour proposer un soutien complet, incluant des outils collaboratifs et une intégration fluide dans les projets.

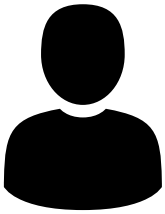
Des plateformes spécialisées comme Comet ou Le Hibou offrent un accompagnement de qualité, mais leur attractivité reste limitée par un focus sur des secteurs spécifiques. À l'inverse, j'ai choisi de faire de BLAZED une plateforme capable de couvrir une diversité de secteurs, tout en garantissant un suivi personnalisé, pour répondre pleinement aux attentes des freelances comme des entreprises.
Ce positionnement stratégique, que j'ai représenté dans le quadrant supérieur droit du mapping, reflète mon ambition de faire de BLAZED une référence incontournable, grâce à des services innovants et adaptés aux besoins du marché, renforçant la satisfaction des freelances et des clients.

B2B

RECHERCHES SUR LES CIBLES

CIBLES FREELANCES

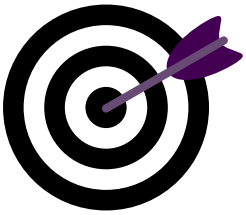
BLAZED s'adresse à plusieurs profils de freelances, en prenant en compte leurs besoins spécifiques et leur niveau d'expérience. Nous avons pu, grâce à notre enquête, identifier précisément nos cibles et définir des personas en parfaite adéquation avec leurs besoins.



Cible principale

Freelances confirmés et expérimentés (25-45 ans)

Cette cible regroupe des professionnels indépendants exerçant dans des domaines variés, tels que le développement web, le design graphique, le webmarketing ou encore la gestion de projets. Ces freelances recherchent des missions de qualité qui correspondent à leurs compétences, des outils performants pour gérer efficacement leur activité, ainsi qu'un accompagnement personnalisé pour renforcer leurs relations avec les entreprises. BLAZED répond à ces attentes en proposant une sélection rigoureuse de missions, des outils collaboratifs performants et un suivi dédié pour optimiser leur activité et garantir la réussite de leurs projets.



Coeur de cible

Freelances débutants ou en phase de transition (18-30 ans)

Ce segment regroupe des freelances en début de carrière ou en reconversion professionnelle. Ils ont besoin d'opportunités pour se faire connaître, de conseils pratiques pour organiser leur activité et d'un réseau professionnel où échanger, se former et trouver du mentorat. BLAZED leur offre des solutions adaptées pour développer leur profil, gagner en visibilité auprès des entreprises, accéder à des ressources pédagogiques et intégrer une communauté active qui favorise le développement de leur activité.

Cible relai

Communautés de freelances et réseaux professionnels

Les communautés de freelances, espaces de coworking et réseaux professionnels, bien qu'ils ne soient pas des utilisateurs directs, jouent un rôle essentiel dans la promotion de BLAZED. Ces groupes cherchent des moyens d'accompagner leurs membres, de diversifier leurs opportunités et de collaborer sur des événements ou des ateliers. En collaborant avec ces relais, BLAZED renforce son rayonnement et sa capacité à toucher un plus grand nombre de freelances, tout en s'inscrivant dans un écosystème de partenaires stratégiques.

B2B

PERSONNA FREELANCE

CIBLE PRINCIPALE

Aurélien Barrot
Âge : 35 ans

Aurélien est freelance depuis 5 ans après avoir quitté un poste salarié. Il travaille avec des PME et des start-ups sur des projets de sites e-commerce. Passionné et autonome, il cherche à optimiser son activité et à collaborer sur des missions stimulantes.

Sexe : Homme
Lieu de vie : Lyon
Logement : Appartement
Environnement : Dynamique, connecté
Profession : Développeur Web Freelance
Situation : Célibataire

VALEURS ET ENGAGEMENTS

- Défenseur de l'autonomie professionnelle et du freelancing comme mode de vie.
- Souhaite contribuer à des projets ayant un impact durable ou innovant.
- Attache une grande importance à la transparence dans les relations professionnelles.

BESOINS PROFESSIONNELS

- Trouver des missions rémunératrices adaptées à son expertise en e-commerce.
- Accéder à des outils simples pour gérer efficacement ses projets et sa facturation.
- Collaborer avec des entreprises qui valorisent ses compétences et respectent son autonomie.

ATTENTES ET FRUSTRATIONS

- Frustration face aux plateformes où la concurrence dévalorise ses compétences.
- Attente d'une plateforme qui valorise son expérience et propose des missions stimulantes.
- Frustration liée au temps perdu à démarcher des clients et gérer des tâches administratives.

INTERACTION AVEC LA COMMUNAUTÉ FREELANCE

Aurélien apprécie d'échanger avec d'autres freelances pour partager des astuces, collaborer sur des projets ou élargir son réseau. Il participe régulièrement à des événements comme des hackathons ou des meetups professionnels pour rester connecté avec son secteur et s'inspirer des autres.

MÉDIAS PRIVILEGIÉS

GitHub

PERSONNALITÉ

- Curieux
- Ambitieux
- Innovant
- Organisé
- Collaboratif
- Enthousiaste
- Pragmatique
- Organisé
- Dynamique
- Rigoureux
- Cultivé

PERSONNA FREELANCE

COEUR DE CIBLE

Clara Moreau
Âge : 23 ans

Clara a récemment obtenu son diplôme en design graphique et s'est lancée en freelance pour répondre à son besoin de liberté et de créativité. Elle cherche à développer sa clientèle tout en se familiarisant avec les aspects pratiques de la gestion d'activité en tant qu'indépendante.

Sexe : Femme
Lieu de vie : Bordeaux
Logement : Colocation
Environnement : Créative et dynamique
Profession : Graphiste Freelance
Situation : Célibataire

VALEURS ET ENGAGEMENTS

- Importance de la créativité et de la liberté dans son travail.
- Envie de soutenir les petites entreprises et projets à impact positif.
- Attachement à l'apprentissage continu et au développement personnel.

BESOINS PROFESSIONNELS

- Trouver ses premières missions pour se faire un portfolio solide.
- Comprendre les aspects administratifs du freelancing, comme la facturation et les contrats.
- Gagner en visibilité auprès des entreprises locales et des start-ups.

ATTENTES ET FRUSTRATIONS

- Frustration face à la difficulté de trouver des clients en début de carrière.
- Attente de conseils pratiques pour mieux organiser son activité.
- Frustration liée au manque de clarté sur les attentes des entreprises lors de la mise en relation.

INTERACTION AVEC LA COMMUNAUTÉ FREELANCE

Clara recherche des espaces où elle peut échanger avec d'autres freelances pour obtenir des conseils, apprendre de leurs expériences et se sentir soutenue dans ses débuts. Elle participe à des ateliers locaux ou des groupes en ligne pour se connecter avec des professionnels plus expérimentés.

MÉDIAS PRIVILEGIÉS

TikTok, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Behance, YouTube, Adobe Creative Cloud, Photoshop

PERSONNALITÉ

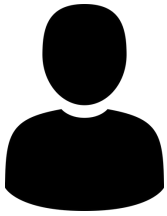
- Créative
- Enthousiaste
- Ambitieuse
- Curieuse
- Sociable
- Réceptive
- Déterminée
- Empathique
- Organisée
- Inspirée
- Aventurière

B2B

RECHERCHES SUR LES CIBLES

CIBLES ENTREPRISES

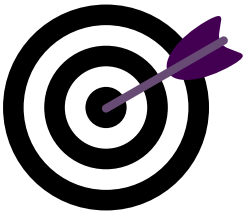
BLAZED s'adresse à une large gamme d'entreprises, en tenant compte de leurs besoins spécifiques, qu'il s'agisse de grandes structures établies, de TPE/PME ou de start-ups en pleine croissance. Nous avons pu, grâce à notre enquête, identifier précisément nos cibles et définir des personas en parfaite adéquation avec leurs besoins.



Cible principale

Grandes entreprises et TPE/PME établies (25-55 ans)

Cette cible regroupe des entreprises ayant des besoins récurrents dans des domaines spécifiques, tels que le développement web, le design graphique, le webmarketing ou la gestion de projets. Ces entreprises recherchent des freelances qualifiés et disponibles pour compléter leurs équipes sur des missions ponctuelles ou à moyen terme. Elles ont besoin de garanties sur la qualité des talents proposés et d'un processus simple pour accéder à des profils adaptés à leurs projets. Boared répond à ces attentes en proposant une sélection rigoureuse de freelances, des outils pour faciliter la gestion des collaborations, et un accompagnement personnalisé pour optimiser leur expérience.



Coeur de cible

Start-ups et entreprises en croissance (20-45 ans)

Ce segment regroupe des entreprises jeunes et dynamiques, souvent en phase de lancement ou d'expansion. Ces start-ups recherchent des talents capables de s'intégrer rapidement à leurs projets, avec une flexibilité adaptée à leurs ressources limitées. Elles ont également besoin de conseils pour structurer leurs projets et pour garantir la réussite de leurs collaborations avec des freelances. BLAZED leur offre des solutions sur mesure, permettant un accès rapide à des freelances qualifiés, des outils collaboratifs pour organiser efficacement les projets, et un soutien adapté à leurs besoins spécifiques.

Cible relai

Cabinets de recrutement et agences partenaires

Les cabinets de recrutement et agences, bien qu'ils ne soient pas des utilisateurs directs, jouent un rôle clé dans la recommandation et la promotion de BLAZED auprès des entreprises. Ils recherchent des plateformes fiables pour compléter leurs solutions de recrutement et répondre à des besoins urgents ou spécifiques de leurs clients. En collaborant avec ces relais, BLAZED élargit sa portée et renforce sa crédibilité, tout en développant des synergies avec des acteurs complémentaires du marché.

B2B

PERSONNA ENTREPRISE

CIBLE PRINCIPALE

Marie Lemoine
Âge : 38 ans

Marie est responsable marketing dans une PME dynamique qui cherche à renforcer sa présence digitale. Avec une équipe restreinte, elle a besoin de freelances fiables et compétents pour gérer des projets spécifiques comme des campagnes publicitaires, le développement web ou la création de contenus.

Sexe : Femme
Lieu de vie : Nantes
Logement : Appartement
Type d'entreprise : PME spécialisée dans les solutions technologiques B2B
Profession : Responsable Marketing
Taille de l'entreprise : 120 employés

VALEURS ET ENGAGEMENTS

- Attachement à la collaboration avec des professionnels compétents et réactifs.
- Importance de la qualité dans les livrables pour renforcer la crédibilité de l'entreprise.
- Souhait de soutenir des freelances qualifiés qui partagent les valeurs de l'entreprise, telles que l'innovation et l'agilité.

BESOINS PROFESSIONNELS

- Accès rapide à des freelances qualifiés dans des domaines variés comme le design, le marketing digital et le développement web.
- Outils efficaces pour suivre les collaborations et simplifier la gestion des projets.
- Accompagnement pour sélectionner les talents les plus adaptés à chaque projet.

ATTENTES ET FRUSTRATIONS

- Attente de profils freelances ciblés et correspondant aux besoins spécifiques de ses projets.
- Frustration avec les plateformes généralistes où la qualité des talents est trop variable.
- Désir d'éviter les démarches administratives lourdes et les projets mal définis.

RELATION AVEC LES PROJETS ET LES FREELANCES

Marie valorise les freelances qui s'adaptent rapidement aux exigences de ses projets et apportent une réelle valeur ajoutée. Elle cherche des experts capables de collaborer efficacement avec son équipe et d'apporter des solutions concrètes à des problématiques techniques ou créatives. Marie privilégie également une relation à long terme.

MÉDIAS PRIVILEGIÉS

HubSpot

PERSONNALITÉ

- Exigeante
- Innovante
- Ambitieuse
- Rigoureuse
- Pragmatique
- Organisée
- Collaborative
- Visionnaire
- Persévérante
- Orientée résultats
- Adaptable

B2B

PERSONNA ENTREPRISE

COEUR DE CIBLE

Julien Caron
Âge : 32 ans

Julien a créé sa start-up il y a trois ans pour transformer le marché des logiciels SaaS pour le e-commerce. En pleine croissance, il doit gérer le développement du produit, la recherche de financements et son équipe réduite. Avec des ressources internes limitées, il externalise des besoins clés, comme le marketing digital, en recherchant des freelances fiables et flexibles, adaptés à ses contraintes.

Sexe : Homme
Lieu de vie : Paris
Logement : Appartement
Type d'entreprise : Start-up spécialisée dans les solutions de SaaS pour le e-commerce
Profession : Fondateur et CEO
Taille de l'entreprise : 10 employés

VALEURS ET ENGAGEMENTS

- Valorisation de la flexibilité et de la réactivité dans les collaborations professionnelles.
- Priorité à l'innovation et à l'adaptation rapide pour répondre aux besoins d'un marché en évolution constante.
- Importance de travailler avec des talents passionnés et engagés, qui partagent sa vision.

BESOINS PROFESSIONNELS

- Accéder rapidement à des freelances compétents pour répondre à des besoins spécifiques, tels que des campagnes publicitaires.
- Trouver des profils flexibles capables de travailler sur des projets à court terme ou ponctuels.
- Optimiser ses ressources limitées en bénéficiant de tarifs justes et adaptés aux contraintes budgétaires.

ATTENTES ET FRUSTRATIONS

- Attente de trouver des freelances autonomes, capables de travailler efficacement sans encadrement constant.
- Frustration face au manque de transparence ou de qualité sur certaines plateformes généralistes.
- Besoin de solutions simples et rapides pour gérer la sélection des profils et éviter de perdre du temps.

INTERACTION AVEC LA COMMUNAUTÉ FREELANCE

Julien considère les freelances comme des alliés stratégiques pour sa start-up. Il privilégie des profils capables d'apporter une expertise pointue et de s'adapter aux contraintes spécifiques de ses projets. Il apprécie particulièrement les talents qui peuvent devenir des partenaires de confiance pour des collaborations récurrentes.

MÉDIAS PRIVILEGIÉS

Trello

PERSONNALITÉ

- Innovant
- Ambitieux
- Pragmatique
- Adaptable
- Organisé
- Collaboratif
- Curieux
- Visionnaire
- Résilient
- Dynamique
- Créatif

NOS OBJECTIFS SMART

OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE BLAZED

Pour positionner BLAZED efficacement sur le marché et répondre aux attentes identifiées lors de mon analyse, je vise plusieurs objectifs stratégiques pour BLAZED, alignés avec une approche SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste, Temporellement défini).

Accroître la visibilité de la marque

→ D'ici 12 mois, atteindre 20 000 visiteurs uniques par mois sur notre plateforme via une stratégie de contenu SEO et des campagnes publicitaires ciblées.

Générer du trafic qualifié

→ Augmenter le nombre d'inscriptions de freelances et d'entreprises pour atteindre 5 000 utilisateurs actifs d'ici la fin de la première année.

Optimiser la conversion des leads

→ Augmenter le nombre d'inscriptions de freelances et d'entreprises pour atteindre 5 000 utilisateurs actifs d'ici la fin de la première année.

Améliorer l'expérience client

→ Mettre en place un support réactif et un accompagnement dédié, et obtenir un taux de satisfaction supérieur à 80 % après 6 mois d'exploitation.

Fidéliser les utilisateurs

→ Garantir un taux de rétention des freelances et des entreprises de 50 % après la première mission grâce à un suivi personnalisé et un système de recommandations

STRATÉGIE DIGITALE

Suite à ces objectifs, mon but est de créer une stratégie alignée avec les attentes, besoins et frustrations de mes prospects. Pour cela, j'ai choisi une double approche, combinant différenciation et pénétration du marché, afin d'établir BLAZED comme une alternative crédible et incontournable face aux acteurs existants.

UNE STRATÉGIE DE DIFFÉRENCIATION POUR SE DÉMARQUER

Le marché des plateformes freelances est dominé par des acteurs bien implantés comme Malt, Upwork et Fiverr, mais les insatisfactions de leurs utilisateurs créent une opportunité pour une offre plus adaptée. BLAZED se positionne comme une plateforme qui réinvente la mise en relation entre freelances et entreprises en apportant des solutions aux problématiques les plus courantes :

1. Un accompagnement et une proximité avec les utilisateurs : Contrairement aux plateformes traditionnelles qui laissent les utilisateurs livrés à eux-mêmes, nous proposons une assistance proactive, des ressources éducatives, et une mise en relation intelligente avec les bonnes opportunités.

2. Des frais plus justes et une transparence totale : Les commissions élevées et opaques des plateformes actuelles sont un frein majeur pour les freelances. Nous mettons en place un système de tarification clair et équitable, permettant aux indépendants de conserver une meilleure part de leur rémunération.

3. Une sélection de missions plus qualitative : Les entreprises auront accès à un système de matching avancé, leur permettant de trouver rapidement les talents correspondant exactement à leurs besoins.

4. Une interface intuitive et efficace : Inspirée des retours d'expérience des freelances, notre plateforme sera conçue pour offrir une navigation fluide, simple et rapide.

STRATÉGIE DIGITALE

UNE STRATÉGIE DE PÉNÉTRATION POUR CAPTURER RAPIDEMENT DES PARTS DE MARCHÉ

Afin d'imposer rapidement BLAZED sur le marché et de capter un maximum d'utilisateurs, j'adopte une stratégie de pénétration, avec une politique de prix attractive et une forte présence digitale :

Offres d'entrée et tarification compétitive :

Nous proposons aux premiers utilisateurs des offres exclusives, telles que 0 % de commission sur les premières missions contre l'engagement d'une souscription d'un an à notre abonnement premium ou des abonnements à prix réduit pour attirer rapidement freelances et entreprises.

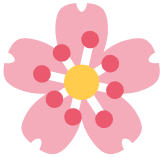
Acquisition massive via le marketing digital :

- SEO & Content Marketing : Création d'un blog et de ressources spécialisées sur le freelancing et le recrutement digital.
- Social Media & Communautés : Présence forte sur LinkedIn, Twitter et Discord pour engager et fédérer une communauté.
- Publicité payante : Campagnes Google Ads et social ads ciblées pour toucher immédiatement notre audience.

Stratégie de co-marketing et de partenariats :

Collaborations avec des influenceurs freelances, des incubateurs, et des espaces de coworking pour gagner en visibilité.

Programme de parrainage et de gamification :



Incitation au bouche-à-oreille avec un système de récompenses pour les utilisateurs qui recommandent la plateforme.

En combinant différenciation et pénétration du marché, j'ai choisi d'adopter pour BLAZED une stratégie hybride, qui me permet de me démarquer tout en accélérant l'adoption de la plateforme. Cette approche garantit une croissance rapide, une fidélisation efficace, et une implantation solide sur un marché en pleine expansion.

NOTRE PROMESSE

NOTRE PROPOSITION DE VALEUR

Notre plateforme réinvente la rencontre entre freelances et entreprises. Fini les longues recherches, les offres inadaptées et les commissions abusives. Ici, tout est pensé pour matcher les bons talents avec les bons projets en un swipe. Simple, rapide, efficace. Les freelances trouvent des missions qualifiées sans prospecter pendant des semaines, les entreprises accèdent directement aux meilleurs profils sans perdre de temps. Transparence totale, gestion fluide, paiements sécurisés. Plus qu'un outil, une véritable passerelle vers des collaborations productives et enrichissantes.

NOS VALEURS

AUDACE

On casse les codes du freelancing. Fini les plateformes vieillottes, ici on ose l'innovation pour une expérience fluide et fun.

ÉQUITÉ

Pas de bullshit, pas d'arnaque. Des freelances bien payés, des entreprises bien accompagnées. Tout le monde y gagne.

SIMPLICITÉ

Swipe, match, bosse. On va droit au but avec une interface intuitive qui fait gagner du temps et de l'argent.

COMMUNAUTÉ

Seul, t'avances. Ensemble, tu cartonnes. Événements, mentorat, entraide : on grandit tous ensemble.

AMBITION

On est pas là pour faire de la figuration. On veut être LA référence, avec les meilleures missions et les meilleurs talents.

TRANSPARENCE

Des prix clairs, des deals honnêtes, un algorithme qui ne favorise pas les plus gros. Ici, c'est le talent qui prime.

MARKETING MIX 4P

DÉTAIL CONCRET ET STRATÉGIQUE

PRODUIT

PRIX

MARCHÉ

DISTRIBUTION

COMMUNICATION

PRODUIT

une application mobile innovante, conçue sous forme de swipe, offrant une expérience fluide et intuitive pour la mise en relation entre freelances et entreprises. Le principe est simple : un swipe à droite permet aux entreprises de "matcher" avec un freelance correspondant à leurs besoins, tandis qu'un swipe à gauche passe à la candidature suivante. Les freelances peuvent liker des missions, et lorsqu'une entreprise les sélectionne, un système de messagerie instantanée s'active pour faciliter l'échange et la négociation.

- Système de matching intelligent basé sur les compétences, le budget et la disponibilité.
- Mise en relation simplifiée : plus besoin de longues recherches, l'algorithme suggère les meilleures opportunités.
- Contrats et paiements intégrés directement dans l'application pour sécuriser les transactions et fluidifier les collaborations.
- Espace portfolio dynamique : chaque freelance peut afficher ses réalisations, recommandations et évaluations clients.

Un système de notation et de feedback certifié permet aux entreprises d'identifier les freelances les plus adaptés et aux indépendants d'améliorer leur réputation.

PRIX

Une tarification juste et compétitive, adaptée aux besoins des freelances et des entreprises, avec des abonnements premium pour maximiser l'expérience et la rentabilité.

Pour les freelances :

🟠 Silver Blazed – 15,99 €/mois : accès à la plateforme avec nombre limité de candidatures par mois, mise en avant standard du profil, frais de commission réduits à 5 % par mission.

🟡 Gold Blazed – 29,99 €/mois : accès illimité aux candidatures, mise en avant prioritaire dans les recherches, accès à des missions premium, formation offerte chaque mois et commission réduite à 3 %.

Pour les entreprises :

🟠 Silver Blazed – 49,99 €/mois : Publication illimitée de missions, accès aux profils détaillés et évaluation des candidats via un système de scoring.

🟡 Gold Blazed – 99,99 €/mois : Mise en avant prioritaire des missions pour attirer les meilleurs talents, accès aux freelances les mieux notés, intégration d'un outil de gestion de projet collaboratif et assistance dédiée avec un conseiller BLAZED.

DISTRIBUTION

Application mobile et plateforme web :
BLAZED est disponible sur iOS et Android, avec une interface fluide et optimisée pour les usages mobiles. Une version desktop est également disponible pour les entreprises souhaitant gérer leurs missions depuis un ordinateur.

Acquisition digitale forte :
SEO optimisé pour le référencement sur Google avec un blog intégrant des articles stratégiques sur le freelancing, la gestion de projet et les tendances du travail indépendant.

Partenariats stratégiques :
collaborations avec des espaces de coworking, des incubateurs de start-ups, des écoles spécialisées (tech, design, business) et des événements networking pour recruter activement des utilisateurs qualifiés.

Présence forte sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter, Instagram) avec du contenu engageant, des études de cas et des témoignages d'utilisateurs pour instaurer la confiance et accroître la visibilité.

COMMUNICATION

Stratégie de communication orientée sur les frustrations et besoins des utilisateurs pour se différencier des concurrents.

➡ Campagnes marketing ciblées : Google Ads, LinkedIn Ads et Meta Ads avec un ciblage précis des freelances et entreprises recherchant des talents.

➡ Stratégie de content marketing : Création d'un blog expert, newsletters hebdomadaires avec des conseils, retours d'expérience et interviews d'indépendants et recruteurs.

➡ Collaboration avec des influenceurs freelances et entrepreneurs pour générer du bouche-à-oreille et gagner en crédibilité.

➡ Mise en place d'un programme de parrainage : 10 € de réduction sur l'abonnement ou les commissions pour chaque ami invité et actif sur la plateforme.

➡ Publicité et co-marketing : Participation à des événements tech et freelancing (Web Summit, VivaTech, Freelance Fair), sponsoring d'événements et partenariats avec des médias spécialisés pour renforcer la notoriété.

➡ Gamification et engagement utilisateur : Système de badges et récompenses pour les freelances actifs et bien notés, incitant à un engagement long terme et une meilleure qualité de service.

➡ Relations presse et médias : Rédaction d'articles et publications dans des médias économiques et spécialisés (Forbes, Maddyness, Les Echos Start) pour positionner BLAZED comme une référence dans le freelancing digital.

Une offre alignée sur la réalité du marché

Cette approche mobile-first et expérience de matching ultra-intuitive permettent à BLAZED de se démarquer radicalement des plateformes traditionnelles. En intégrant un système de swipe et de matching intelligent, la plateforme facilite la mise en relation et réduit le temps perdu en prospection. L'ajout de fonctionnalités premium via les abonnements garantit une rentabilité tout en offrant une valeur ajoutée significative aux utilisateurs.

MÉTHODE DES 6C

Pour structurer l'offre de BLAZED et maximiser son impact sur le marché du freelancing digital, je m'appuie sur la méthode des 6C. Cette approche me permet d'aligner le produit avec les attentes des freelances et des entreprises, tout en garantissant une évolution continue.

1. COMPRENDRE : IDENTIFIER LES ATTENTES ET FRUSTRATIONS

Notre étude de marché et l'analyse des plateformes concurrentes (Malt, Fiverr, Upwork) ont révélé plusieurs points de friction :

- Des missions peu qualifiées et une forte concurrence entre freelances.
- Des commissions opaques et des frais élevés.
- Un processus de mise en relation rigide, ne favorisant pas l'agilité des indépendants.

BLAZED répond à ces frustrations en offrant une expérience fluide et transparente, avec un modèle de matchmaking simplifié et des paiements sécurisés et instantanés.

2. CIBLER : DÉFINIR NOS SEGMENTS UTILISATEURS

BLAZED s'adresse à deux cibles principales :

- Freelances (juniors et experts) cherchant des missions qualifiées et une plateforme avec une gestion simplifiée.
- Entreprises (startups, PME et grands comptes) souhaitant trouver rapidement des talents sans intermédiaire complexe.

Grâce à notre algorithme intelligent de matching, nous facilitons la rencontre entre ces acteurs en optimisant le temps de recherche et de sélection.

3. CHOISIR : SE DIFFÉRENCIER AVEC UNE APPROCHE UNIQUE

Notre stratégie repose sur une expérience utilisateur innovante et simplifiée :

- Une application mobile-first, inspirée des apps de dating (swipe gauche/droite pour refuser/accepter une mission).
- Une tarification claire, avec des abonnements Silver et Gold adaptés aux freelances et aux entreprises.
- Un accompagnement structuré, incluant du mentorat et un support client réactif.

BLAZED ne se contente pas d'être une marketplace, mais devient un véritable outil de gestion et de croissance pour les indépendants et les entreprises.

MÉTHODE DES 6C

4. CONCEVOIR : DÉVELOPPEMENT DU PRODUIT ET UX OPTIMISÉE

L'expérience utilisateur est au cœur de notre plateforme :

- Un tableau de bord intuitif regroupant missions, paiements et feedbacks clients.
- Une messagerie intégrée pour fluidifier les échanges sans passer par des emails externes.
- Un système de notation et de badges qualité, garantissant la fiabilité des profils et des entreprises.

Chaque fonctionnalité est pensée pour optimiser la productivité et renforcer la confiance entre freelances et employeurs.

5. CONVERTIR : ACQUISITION ET ENGAGEMENT DES UTILISATEURS

Notre stratégie marketing s'appuie sur un mix entre Inbound Marketing et Paid Acquisition :

- SEO et content marketing, avec des guides et témoignages sur le freelancing.
- Publicités ciblées sur LinkedIn, Instagram et TikTok pour toucher les freelances et entreprises.
- Programme de parrainage et essais gratuits pour inciter les inscriptions.

L'objectif est d'amener rapidement les nouveaux utilisateurs à décrocher une première mission, assurant ainsi une adoption durable de la plateforme.

6. CHANGER : ÉVOLUTION CONTINUE ET AMÉLIORATION DU SERVICE

BLAZED adopte une approche agile pour s'adapter aux évolutions du marché :

- Écoute active des utilisateurs, avec des mises à jour basées sur leurs retours.
- Développement progressif de nouvelles fonctionnalités, comme le coaching personnalisé et des événements networking en ligne.
- Expansion progressive à l'international, en commençant par les marchés francophones.

L'innovation et l'optimisation continue garantiront notre compétitivité à long terme.

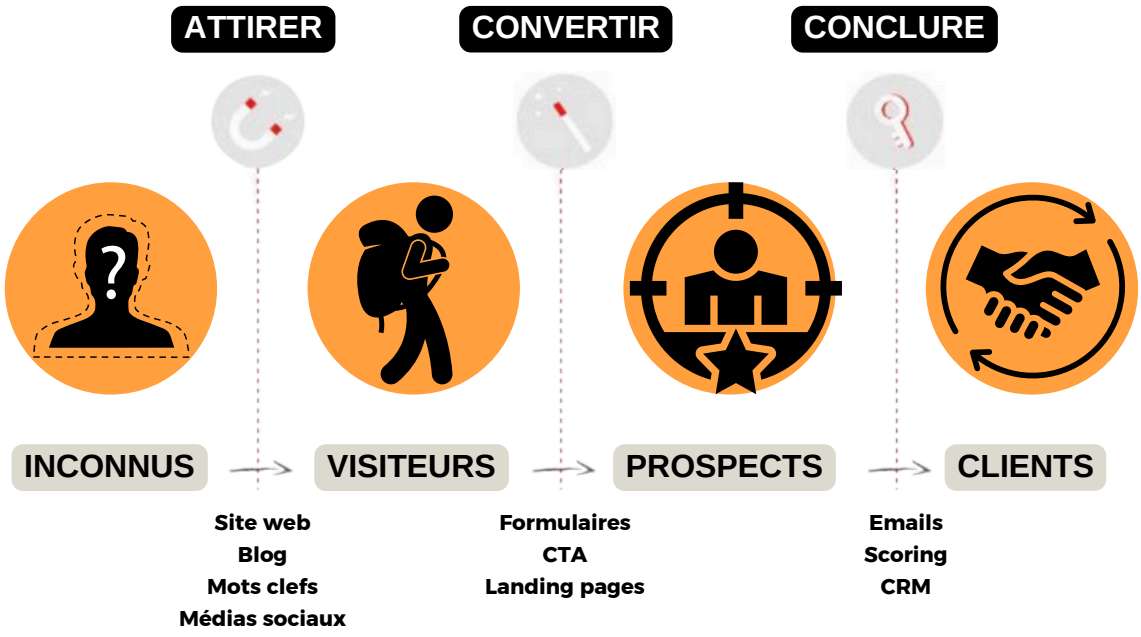
IMPLANTATION DE L'INBOUND MARKETING

DANS LA STRATÉGIE DE BLAZED

Dans la continuité de mon analyse du marché et de ma stratégie marketing fondée sur la différenciation et la valeur ajoutée, j'ai choisi d'adopter une approche Inbound Marketing efficace pour attirer, convertir et fidéliser mes cibles. L'Inbound se positionne comme un levier stratégique majeur, permettant de maximiser l'acquisition client tout en répondant aux frustrations et attentes identifiées dans mon étude.

POURQUOI L'INBOUND EST ESSENTIEL POUR BLAZED ?

L'analyse des plateformes concurrentes et les feedbacks des utilisateurs insatisfaits ont mis en lumière un besoin fort de transparence, d'accompagnement et de personnalisation. Mes études montrent que de nombreux freelances et entreprises se sentent perdus, mal accompagnés ou limités dans leur recherche de talents et de missions. L'Inbound Marketing permet d'adresser ces problématiques en apportant une expérience plus fluide, éducative et engageante, tout en renforçant notre crédibilité et notre différenciation.



1. ATTIRER : ACQUISITION DE TRAFIC ET GÉNÉRATION D'INTÉRÊT

Ma stratégie de contenu repose sur la création d'un écosystème digital solide, qui répond aux interrogations des freelances et des entreprises en amont de leur prise de décision.

SEO & BLOG EXPERT

Mise en place d'un blog stratégique avec des articles optimisés pour le référencement :

- "Comment décrocher plus de missions en tant que freelance ?"
- "Les 5 erreurs à éviter dans la sélection de son freelance"
- "Freelance vs CDI : quel modèle de travail choisir ?"

Optimisation SEO forte avec ciblage des mots-clés "trouver un freelance", "missions freelance bien payées", "plateforme freelance fiable" pour apparaître en top des recherches Google.

LEAD MAGNETS & RESSOURCES GRATUITES

Création de guides pratiques téléchargeables :

- "Le Guide Ultime du Freelance Digital" (freelances débutants)
- "Comment recruter le bon talent en freelance" (entreprises)

Webinaires mensuels gratuits avec des experts du freelancing, suivis d'un accès exclusif à nos offres.

STRATÉGIE SOCIAL MEDIA & COMMUNITY MANAGEMENT

- Présence forte sur LinkedIn, Instagram et Twitter pour capter les indépendants et décideurs.
- Format vidéo et storytelling : témoignages de freelances et d'entreprises ayant trouvé le bon match grâce à BLAZED.
- Partenariats influenceurs freelances & entrepreneurs pour toucher un public qualifié.

2. CONVERTIR : GÉNÉRER DES LEADS QUALIFIÉS & INCITER À L'INSCRIPTION

Une fois l'audience attirée, l'objectif est de convertir les visiteurs en inscrits, puis en utilisateurs actifs.

LANDING PAGES ULTRA-OPTIMISÉES

- Création de pages dédiées par segment de cible : freelances, entreprises, startups, agences.
- Explication claire des bénéfices de BLAZED avec des CTA directs ("Commencez gratuitement", "Essayez Silver Blazed")

EMAIL MARKETING & NURTURING

- Automatisation d'une séquence de bienvenue après l'inscription avec conseils, best practices et incitation à l'action.
- Scénarios de relance pour les inscrits non actifs avec mises en avant des fonctionnalités différenciantes.

SYSTÈME DE PARRAINAGE & OFFRES DE LANCEMENT

- Programme “Invite un ami, gagne 10 €” pour encourager l’inscription via le bouche-à-oreille.
- Offre d’essai Silver Blazed 30 jours gratuits pour que les freelances et entreprises testent la plateforme sans engagement.

3. FIDÉLISER : ENGAGEMENT & RÉTENTION LONG TERME

L’Inbound ne s’arrête pas à l’acquisition, il vise aussi à renforcer la fidélisation et l’engagement des utilisateurs.

AUTOMATISATION & PERSONNALISATION

- Emails post-mission avec feedback personnalisé, invitation à donner une évaluation et suggestions de nouvelles missions.
- Notifications intelligentes avec des recommandations 100% basées sur le profil de l’utilisateur.

COMMUNAUTÉ & EXPÉRIENCE GAMIFIÉE

- Intégration d’un **espace communauté** où freelances et entreprises peuvent échanger conseils et recommandations.
- S**ystème de badges & récompenses** pour récompenser les freelances bien notés et actifs.

CUSTOMER SUCCESS & SUPPORT PREMIUM

- Assistance proactive pour les abonnés Gold avec chat en direct 7j/7 et accompagnement personnalisé.
- Mise en place d’un espace ressources exclusif pour former les utilisateurs sur la gestion de leur business freelance.

UNE STRATÉGIE ALIGNÉE SUR LES FRUSTRATIONS DU MARCHÉ

Grâce à cette démarche Inbound, BLAZED ne se contente pas de proposer une plateforme, mais devient une référence incontournable pour les freelances et les entreprises. En mettant l’accent sur la pédagogie, l’accompagnement et l’expérience utilisateur, nous nous positionnons comme l’alternative qualitative et différenciante face aux plateformes traditionnelles.

En combinant SEO, automation, contenu engageant et community management, nous bâtissons une relation durable avec nos utilisateurs, tout en maximisant l’acquisition, la conversion et la fidélisation. Cette approche me permet d’assurer une croissance saine et pérenne, tout en consolidant l’image de BLAZED comme la plateforme innovante et humaine du freelancing digital.

CANAUX DE MARKETING DIGITAL

POUR ASSURER NOTRE STRATÉGIE

Canal	Objectif	Stratégie	Mesure de performance
SEO & content marketing	Générer du trafic organique et capter les intentions de recherche des freelances et entreprises via notre landing page	Rédaction d'articles de blog optimisés sur les défis des freelances et recruteurs, intégration de mots-clés stratégiques, backlinks	Trafic organique, taux de conversion des visiteurs en inscrits, positionnement des articles sur Google
Publicités payantes (google ads & social ads)	Acquisition rapide de leads et maximisation de la visibilité	Campagnes ciblées sur les requêtes freelances/entreprises, retargeting, tests A/B sur les annonces	CPC, taux de conversion des campagnes, retour sur investissement (ROAS)
LinkedIn ads & outreach	Attirer les entreprises et startups en recherche de freelances qualifiés	Campagnes sponsorisées + prospection automatisée avec messages personnalisés pour les décideurs RH et CTO	Taux d'ouverture des messages, taux de réponse, nombre de leads générés
TikTok & reels instagram	Sensibiliser les jeunes freelances et créer de l'engagement	Création de contenus éducatifs et humoristiques sur la vie de freelance, tips business, storytelling de succès	Engagement (likes, partages, commentaires), taux de clics vers la plateforme
Email marketing & lead nurturing	Fidéliser et convertir progressivement les leads en utilisateurs actifs	Séquences automatisées adaptées à chaque persona (freelances juniors, experts, entreprises), offres personnalisées, relances intelligentes	Taux d'ouverture, taux de clic, taux de conversion en utilisateurs actifs
Discord community	Créer une communauté forte et engager nos utilisateurs	Lancement de canaux d'échange et d'entraide pour freelances et recruteurs, événements exclusifs	Nombre de membres actifs, taux d'interaction, feedbacks qualitatifs
Youtube & twitch (webinaires & lives)	Éduquer, créer du lien et positionner notre expertise	Lives sur la gestion freelance, interviews d'entreprises et freelances à succès, analyse de marché en direct	Nombre de vues, taux d'engagement, conversion vers la plateforme
Influence & partenariats	Accélérer la croissance avec des stratégies non conventionnelles	Référencement croisé avec des influenceurs business, challenges de création de profil avec incentives, intégration dans des newsletters influentes	Nombre de nouvelles inscriptions, viralité des campagnes, acquisition par recommandation

KPI

NOS KPIS CLÉS POUR MESURER LA PERFORMANCE

Pour assurer le succès de ma stratégie marketing et affiner mes actions, je m'appuie sur des indicateurs précis qui reflètent la croissance de BLAZED et son impact.

ACQUISITION & TRAFIC :

Nombre d'inscriptions mensuelles sur la plateforme, taux de conversion des visiteurs en utilisateurs actifs, coût d'acquisition client (CAC).

ENGAGEMENT & RÉTENTION :

Taux d'engagement sur les réseaux sociaux, temps moyen passé sur la plateforme, taux de rétention des freelances et entreprises après 3 et 6 mois.

CONVERSION & MONÉTISATION :

Ratio de freelances inscrits ayant souscrit à un abonnement, taux de conversion des entreprises en clients payants, chiffre d'affaires généré par les abonnements et les commissions.

SATISFACTION & QUALITÉ :

Net Promoter Score (NPS), feedbacks qualitatifs des utilisateurs, taux de satisfaction des freelances et entreprises.

CROISSANCE & EXPANSION :

Nombre de partenariats conclus, développement de nouvelles fonctionnalités, expansion vers de nouveaux marchés et évolution de la part de marché.

Ces KPIs me permettent d'optimiser continuellement mon approche et d'adapter mes actions en fonction des résultats concrets obtenus.

MARKETING

CONCEPTION ET STRATÉGIE

SOMMAIRE

Conception de l’offre	3
Personnalisation des services	8
Parcours client	12
Etude de la communication de la concurrence	15
Choix des plateformes	22
Les objectifs SMART	24
Ligne éditoriale	26
Stratégie SEO	37
Stratégie SEA et SMO	43
Stratégie print	47
Evenement de lancement	50
Plannings éditoriaux	56
Timeline communication	62
Stratégie KPI	63
Budget	66

CONCEPTION DE L'OFFRE

BLAZED ET SES SERVICES

Pour concevoir une offre attractive et différenciée, je m'appuie sur le concept d'offre globale, qui combine le service principal freemium avec des services associés, afin de répondre pleinement aux attentes de ma clientèle cible.

1. OFFRE PRINCIPALE :

APPLICATION MOBILE INNOVANTE :

Une plateforme intuitive permettant aux freelances et aux entreprises de se connecter facilement. Inspirée des applications de rencontre, elle propose un système de "swipe" pour accepter ou refuser des missions, rendant le processus de mise en relation simple et engageant.

LANDING PAGE

Point d'entrée vers l'application, elle capte l'attention, explique la valeur de BLAZED et incite à l'inscription. Optimisée SEO, elle génère du trafic organique et assure un bon référencement pour attirer freelances et entreprises en recherche d'opportunités.

2. SERVICES ASSOCIÉS :

Pour enrichir l'offre et me démarquer de la concurrence, j'intègre des services complémentaires :

- **Assistance personnalisée :** un support dédié pour accompagner les utilisateurs dans la prise en main de l'application et la gestion de leurs missions.
- **Formation continue :** accès à des ressources éducatives pour aider les freelances à développer leurs compétences et les entreprises à optimiser la collaboration avec des talents indépendants.
- **Communauté interactive :** un espace dédié au sein de l'application pour favoriser les échanges entre freelances et entreprises, promouvoir le partage d'expériences et renforcer le sentiment d'appartenance à une communauté dynamique.

CONCEPTION DE L'OFFRE

3. GESTION DE LA GAMME :

L'offre est structurée pour répondre aux divers besoins de nos utilisateurs

LARGEUR DE LA GAMME :

Deux lignes de services distinctes :

- **Freelances :** des outils et services adaptés pour faciliter la recherche de missions et la gestion administrative.
- **Entreprises :** des solutions pour identifier rapidement les talents appropriés et gérer efficacement les collaborations.

PROFONDEUR DE LA GAMME :

Pour chaque ligne, nous proposons deux niveaux d'abonnement :

- **Freemium** : accès gratuit avec un quota de 5 missions, au-delà duquel un abonnement est requis.
- **Silver :** accès aux fonctionnalités de base pour une utilisation efficace de la plateforme.
- **Gold :** accès à des fonctionnalités avancées, telles que des outils de gestion de projet, des analyses détaillées et des services premium.

4. POLITIQUE DE MARQUE :

APPLICATION MOBILE INNOVANTE :

J'adopte une stratégie de marque ombrelle, en commercialisant les différentes offres de BLAZED sous une marque unique et cohérente, afin de renforcer la reconnaissance et la confiance auprès de mes utilisateurs. En combinant une offre principale innovante avec des services associés pertinents, une gestion de gamme adaptée et une politique de marque solide, BLAZED vise à offrir une proposition de valeur unique sur le marché du freelancing.

NOTRE OFFRE FREEMIUM

Pour découvrir notre plateforme et instaurer la confiance au sein des prospects potentiels, nous offrons un plan Freemium avec un quota de 5 missions. Il permet aux freelances et aux entreprises d'accéder facilement à la plateforme et d'explorer ses fonctionnalités avant de s'engager sur un abonnement premium.

Amber

0 €/mois

Ce plan est idéal pour les freelances souhaitant découvrir la plateforme avec une utilisation limitée. Il comprend :

- Quota de 5 missions accessibles sans engagement
- Accès à la plateforme et aux missions classiques
- Commission de 12% sur chaque mission réalisée
- Mise en avant standard du profil
- Gestion des missions et paiements via la plateforme
- Support client standard pour toute assistance

Cette solution est idéale pour tester la plateforme, se faire connaître auprès des entreprises et optimiser leur recherche de missions sans investissement initial.

NOTRE OFFRE POUR LES FREELANCES

FREELANCING

Nous avons conçu une offre flexible qui s'adapte aux besoins des freelances, qu'ils soient débutants ou experts. L'objectif est d'offrir un accès fluide aux missions, une meilleure visibilité et des outils pour maximiser leurs opportunités.

Silver Blazed

15,99 €/mois

Ce plan est idéal pour les freelances souhaitant tester la plateforme ou optimiser leur activité sans engagement important. Il comprend :

- Candidatures illimitées sur les missions
- Mise en avant standard du profil
- Frais de commission réduits à 10 % par mission
- Accès aux missions classiques uniquement
- Outils de gestion des missions et des paiements intégrés
- Assistance dédiée et support standard

Gold Blazed

29,99 €/mois

Destiné aux freelances confirmés ou souhaitant maximiser leur visibilité, ce plan premium offre des avantages exclusifs :

- Candidatures illimitées sur les missions
- Mise en avant prioritaire du profil dans les résultats de recherche
- Accès à des missions premium et exclusives
- Une formation offerte chaque mois (optimisation de profil, négociation, gestion financière, conseils portfolio...)
- Frais de commission réduits à 5 %
- Assistance dédiée et support prioritaire

Avec ces abonnements, les freelances disposent d'un écosystème complet pour trouver des missions, développer leur réseau et professionnaliser leur activité en toute simplicité.

NOTRE OFFRE POUR LES ENTREPRISES

ENTREPRISES

Pour permettre aux entreprises de trouver rapidement les meilleurs talents freelances, nous avons développé deux formules adaptées à leurs besoins. Que ce soit pour publier des missions en toute simplicité ou accéder aux meilleurs profils, chaque abonnement offre une flexibilité optimale et des outils performants.

Silver Blazed

49,99 €/mois

Conçu pour les entreprises souhaitant accéder à un large réseau de freelances qualifiés sans contraintes, ce plan offre :

- Publication illimitée de missions sur la plateforme
- Accès à des profils détaillés avec expériences, évaluations et certifications
- Un système de scoring intelligent pour faciliter la sélection des candidats
- Gestion simplifiée des missions et des paiements via la plateforme
- Support client standard en cas de besoin

Gold Blazed

80,99 €/mois

Destiné aux entreprises recherchant des freelances hautement qualifiés et un accompagnement personnalisé, cet abonnement inclut :

- Mise en avant prioritaire des missions pour capter l'attention des meilleurs talents
- Accès aux freelances les mieux notés et aux profils premium
- Intégration d'un outil de gestion de projet collaboratif pour un suivi optimal des missions
- Assistance dédiée avec un conseiller BLAZED, pour un accompagnement personnalisé et des conseils stratégiques

Grâce à ces offres, les entreprises peuvent facilement accéder aux freelances les plus pertinents, optimiser leur gestion de projet et sécuriser leurs collaborations, tout en gagnant du temps sur le recrutement.

PERSONNALISATION DES SERVICES

BLAZED ET SES SERVICES

Dans un marché concurrentiel où les attentes des freelances et des entreprises évoluent constamment, BLAZED mise sur la personnalisation pour offrir une expérience optimisée et différenciante. L'objectif est de permettre à chaque utilisateur de trouver une offre sur-mesure, qui s'adapte à ses besoins et maximise son efficacité.

EXPÉRIENCE PERSONNALISÉE POUR LES FREELANCES

BLAZED ne propose pas seulement une plateforme de mise en relation, mais un véritable écosystème d'accompagnement où chaque freelance peut ajuster son expérience selon son niveau, ses ambitions et son secteur d'activité.

Profils dynamiques et évolutifs

Chaque freelance dispose d'un **profil personnalisable** avec des recommandations en temps réel basées sur son activité. Plus il réalise de missions, plus son profil gagne en crédibilité grâce aux **évaluations clients**, aux badges de compétences et aux labels de qualité internes.

Matching intelligent avec les missions

Grâce à un système de matching algorithmique, BLAZED sélectionne les missions les plus pertinentes en fonction du profil du freelance. Ce système prend en compte :

- Ses compétences déclarées et validées
- Son expérience et son historique de missions
- Les avis et notes obtenues
- Ses préférences de travail (missions courtes, longues, remote ou sur site)

Un abonnement sur-mesure selon le besoin

Le Silver Blazed offre une approche souple pour ceux qui veulent explorer le marché, tandis que le Gold Blazed est pensé pour les experts cherchant un flux régulier de missions et des opportunités haut de gamme.

Accompagnement et formation continue

Les abonnés Gold Blazed bénéficient de sessions de formation mensuelles gratuites, adaptées aux tendances du marché et aux besoins des freelances (ex. : techniques de négociation, gestion du temps, automatisation des tâches).

PERSONNALISATION DES SERVICES

BLAZED ET SES SERVICES

EXPÉRIENCE SUR-MESURE POUR LES ENTREPRISES

Les entreprises ont des besoins variés en matière de recrutement freelance : certaines cherchent des talents ponctuellement, d'autres doivent recruter en continu. BLAZED leur offre une flexibilité totale avec des outils puissants et adaptables.

Un tableau de bord évolutif et interactif

prestataires et évaluer leurs performances. Les outils de reporting permettent un suivi précis des collaborations et des coûts.

Un accès différencié aux freelances selon l'abonnement

- Silver Blazed : Accès à un large vivier de freelances qualifiés, avec un système de scoring pour faciliter la sélection.
- Gold Blazed : Mise en relation avec les profils premium et mieux notés, avec en plus un service de chasse automatisée pour trouver des talents spécifiques en un temps record.

Un système de paiement et de facturation flexible

- Gestion simplifiée des paiements et des contrats directement sur la plateforme.
- Paiements sécurisés et automatisés via un escrow,(contrat) réduisant les risques de litiges.
- Facturation centralisée pour optimiser la gestion financière.

Un conseiller dédié pour les abonnés premium

Avec l'offre Gold Blazed, les entreprises bénéficient d'un account manager dédié, chargé de les aider dans leur recrutement, d'optimiser leurs annonces et d'assurer un suivi stratégique des freelances recrutés.

PERSONNALISATION DES SERVICES

BLAZED ET SES SERVICES

FONCTIONNALITÉS AVANCÉES POUR UNE PLATEFORME INTUITIVE ET PERFORMANTE

BLAZED ne se limite pas à une simple mise en relation : la plateforme intègre des fonctionnalités innovantes pour fluidifier chaque étape du recrutement et de la collaboration.

Interface intuitive et fonctionnant par "swipe" 📲

Notre application mobile fonctionne sur un principe de swipe intuitif :

- Swipe à droite pour montrer de l'intérêt pour un freelance ou une mission.
- Swipe à gauche pour passer à la suggestion suivante.

Cette approche ultra-rapide facilite la recherche de missions et de talents, tout en rendant l'expérience plus fluide et agréable.

Chat intégré et suivi des missions en temps réel

- Communication simplifiée via une FAQ détaillée.
- Suivi en direct des missions avec des mises à jour de statut.
- Possibilité de créer des groupes de discussion pour travailler en collaboration sur des projets.

Algorithme de mise en avant des profils

Les freelances les plus actifs et les mieux notés sont automatiquement mis en avant dans les recherches des entreprises, garantissant une visibilité accrue aux profils les plus performants.

FLEXIBILITÉ TOTALE ET MODULARITÉ DE L'OFFRE

BLAZED s'adapte à chaque utilisateur en proposant une expérience entièrement modulable. Grâce aux différents abonnements et à des fonctionnalités avancées, les freelances comme les entreprises trouvent une solution adaptée à leur besoin et à leur niveau d'engagement.

En combinant intelligence artificielle, gamification et UX fluide, notre plateforme se démarque de la concurrence en offrant une expérience moderne, rapide et engageante.

LEAN CANVAS

2 PROBLÈMES

- Difficulté à trouver des missions ou des talents adaptés.
- Processus de recrutement lent et inefficace.
- Gestion administrative chronophage et opaque.
- Manque de garanties et de transparence sur les paiements et prestations.
- Trop de concurrence sur les plateformes existantes, peu d'opportunités pour les freelances en début de carrière.
- Système de mise en relation rigide, favorisant des profils avec plus d'expérience et de visibilité.

4 SOLUTIONS

- Application mobile ergonomique, facilitant l'engagement et la navigation.
- Matching intelligent entre freelances et entreprises.
- Gestion centralisée des contrats et des paiements pour une transparence totale.
- Abonnements adaptés pour répondre aux besoins des deux parties.

8 INDICATEURS CLES

- Taux de conversion : inscriptions freelances et entreprises.
- Nombre de missions postées et acceptées.
- Engagement sur la plateforme (temps d'utilisation, feedbacks).
- Taux de satisfaction et renouvellement des abonnements.

3 PROPOSITION DE VALEUR

- **Expérience innovante et intuitive** basée sur un système de swipe inspiré des applications de rencontre.
- **Processus simplifié** pour la recherche de missions et de talents, sans effort.
- **Transactions sécurisées et fluides**, avec gestion automatisée des paiements.
- **Mise en relation intelligente**, grâce à un algorithme de matching basé sur les compétences et les besoins.

9 AVANTAGE CONCURRENTIEL

- Expérience utilisateur unique avec une approche gamifiée (swipe, scoring).
- Matching intelligent basé sur des critères avancés (soft skills, compatibilité).
- Gestion complète et transparente des transactions.
- Communauté engagée et outils d'accompagnement intégrés.

5 CANAUX

Plateforme web et application mobile (SEO, SEA, UX optimisé).
Réseaux sociaux : LinkedIn, TikTok, Instagram, Twitch, YouTube, Discord.
Partenariats stratégiques avec des incubateurs, espaces de coworking, et écoles tech/design.
Référencement et affiliation via des contenus sponsorisés et influenceurs freelances.

1 SEGMENTS CLIENTS

- **Freelances juniors et confirmés :** besoin d'opportunités, de mise en réseau et de simplification administrative.
- **PME/ TPE, Startups, Grandes entreprises :** recherche de talents qualifiés, flexibilité et gestion simplifiée des missions.
- **Early adopters :** indépendants du digital, recruteurs en quête d'un système plus fluide et intuitif.

7 COÛTS

- Développement et maintenance de l'application.
- Marketing digital et acquisition client (publicité, partenariats, événements).
- Hébergement et infrastructure technologique.
- Support client et service après-vente.

6 REVENUS

- **Abonnements Silver et Gold** pour freelances et entreprises.
- **Commission sur chaque transaction réalisée**.
- **Services premium** : gestion avancée de projets, formation et accompagnement.
- **Publicité ciblée** pour outils et services pertinents (banques, logiciels SaaS, formations).

CARTE DU PARCOURS CLIENT – INSCRIPTION ET UTILISATION DE BLAZED POUR LES FREELANCES

Alex, le freelance en quête d'opportunités

Alex est un freelance en développement web, à la recherche de nouvelles missions. Il a déjà une certaine expérience, mais il peine à trouver des clients réguliers et à optimiser son temps.

- **Scénario :** Alex souhaite diversifier ses revenus et trouver des projets intéressants sans passer des heures à prospecter.

Attentes

- Trouver des missions correspondant à ses compétences sans démarchage actif
- Accéder à des clients sérieux et des paiements sécurisés
- Gagner du temps sur la gestion administrative
- Développer son réseau et sa visibilité auprès d'entreprises qualifiées

Considération (1 semaine)	Exploration (2 mois)	Comparaison (1 mois)	Test (2 semaines)	Engagement (1 semaine)
1. Découvre BLAZED via une publicité sur LinkedIn ou Instagram mettant en avant des missions adaptées à son profil 2. Voit des témoignages d'autres freelances ayant trouvé des opportunités via la plateforme 3. Consulte le site web et le blog pour en savoir plus sur le fonctionnement de l'application	4. Télécharge l'application mobile après avoir lu les avis positifs sur Trustpilot et les réseaux sociaux 5. Crée un compte et remplit son profil avec ses compétences, son portfolio et ses disponibilités 6. Parcourt les offres de missions et sauvegarde celles qui l'intéressent en commençant par l'offre gratuite. 7. Visionne des tutoriels sur l'optimisation de son profil et le fonctionnement des commissions	8. Compare BLAZED avec d'autres plateformes comme Malt et Upwork en termes de tarifs et de commissions 9. Demande des avis à d'autres freelances sur des forums spécialisés ou via des groupes Facebook 10. Consulte les garanties offertes par BLAZED en termes de protection des paiements et de gestion des litiges	11. Postule à ses premières missions et échange avec des entreprises via la messagerie intégrée 12. Accepte une mission après avoir échangé avec le client et clarifié les attentes 13. Utilise l'outil de gestion des contrats et de facturation intégré pour suivre son activité	14. Réalise sa première mission et reçoit un paiement sécurisé via BLAZED 15. Laisse un avis sur l'entreprise et reçoit une évaluation en retour, améliorant son profil 16. Souscrit à l'abonnement Gold Blazed après avoir constaté les avantages des mises en avant et des missions premium

CARTE DU PARCOURS CLIENT – INSCRIPTION ET UTILISATION DE BLAZED POUR LES ENTREPRISES

Sophie, la CEO d'une startup tech en pleine croissance

Sophie dirige une startup en pleine expansion et a besoin de freelances qualifiés pour des projets ponctuels. Elle cherche une solution rapide et efficace pour trouver des talents sans passer par des processus de recrutement longs et coûteux.

Attentes

- Accéder rapidement à des freelances compétents et vérifiés
- Trouver des profils adaptés sans devoir parcourir des centaines de candidatures
- Simplifier la gestion administrative des missions (contrats, paiements, suivi des livrables)
- Assurer un suivi qualité des prestations et fidéliser les meilleurs talents

Considération (1 semaine)	Exploration (2 mois)	Comparaison (1 mois)	Test (2 semaines)	Engagement (1 semaine)
1. Découvre BLAZED via une publicité sur LinkedIn ou une recommandation d'un autre entrepreneur 2. Lit un article de blog sur les avantages du freelancing pour les startups 3. Consulte des témoignages d'autres entreprises ayant trouvé des talents via BLAZED 4.Compare rapidement avec d'autres plateformes comme Malt et LeHibou	5. S'inscrit sur BLAZED après avoir consulté la grille tarifaire et les options d'abonnement 6. Publie sa première offre de mission en précisant ses besoins (budget, compétences requises, durée) 7. Reçoit les premières propositions et explore les profils des freelances recommandés par l'algorithme 8. Visionne une démonstration de la plateforme pour comprendre les outils intégrés (messagerie, scoring des candidats, paiement sécurisé)	9. Évalue les freelances présélectionnés et échange avec eux via la messagerie intégrée 10. Compare les tarifs et les conditions de prestation avec d'autres solutions comme une agence ou des recruteurs en interne 11. Consulte les avis des entreprises ayant collaboré avec ces freelances pour sécuriser son choix	12. Sélectionne un freelance et utilise l'outil de gestion de contrat intégré pour formaliser l'accord 13. Suivi de la mission via l'espace projet BLAZED, avec des mises à jour régulières sur l'avancement 14. Effectue le paiement sécurisé et reçoit la facture automatiquement générée	15. Évalue la qualité du travail fourni et laisse un avis sur le freelance 16. Ajoute le freelance à sa liste de talents favoris pour de futurs projets 17. Souscrit à l'abonnement Gold Blazed après avoir constaté les gains de temps et d'efficacité grâce aux outils avancés

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

MALT

Canal	Points forts	Axes d'amélioration	Commentaires détaillés
	- Design moderne et professionnel. - Navigation intuitive. - Contenu informatif (blog, ressources pour freelances et entreprises). - Intégration des témoignages clients.	- Optimiser le référencement (SEO) pour mieux cibler les mots-clés. - Ajouter plus de contenu interactif (vidéos, infographies). - Mieux intégrer les réseaux sociaux (liens visibles, partage de contenu).	- Le site est bien conçu mais pourrait mieux exploiter le SEO pour attirer plus de trafic organique. - Le blog est une ressource intéressante, mais les articles pourraient être plus réguliers et mieux partagés sur les réseaux sociaux. - Les témoignages clients sont présents mais pourraient être mis en avant de manière plus dynamique (vidéos, carrousels).
	- Base d'abonnés importante (16K). - Contenu varié (articles, témoignages, annonces).	- Reprendre une activité régulière. - Améliorer l'engagement (5-10 likes par post). - Utiliser des hashtags pertinents. - Créer du contenu engageant (vidéos, lives).	- Le dernier post date de septembre 2023, ce qui montre une absence totale de stratégie récente. - Les posts antérieurs sont peu engageants (5-10 likes pour 16K abonnés). - Aucune utilisation de hashtags ou de contenu interactif (vidéos, lives). - Le contenu semble impersonnel et peu adapté à la cible.
	- Très bonne base d'abonnés (117K). - Régularité des posts (1 par jour). - Utilisation de hashtags et identifications. - Contenu professionnel et varié (conseils, études de cas, annonces).	- Uniformiser la langue des posts (éviter le mélange français/anglais sans logique). - Améliorer l'engagement (20-40 réactions pour 117K abonnés est faible). - Créer du contenu plus interactif (sondages, questions).	- LinkedIn est le réseau le plus actif et le mieux géré. - Cependant, le mélange de langues (français/anglais) est déroutant et manque de cohérence. - L'engagement est faible par rapport au nombre d'abonnés (20-40 réactions par post). - Les hashtags sont bien utilisés mais pourraient être plus ciblés. - Le contenu est professionnel mais manque d'interactivité (peu de sondages ou de questions pour engager la communauté).

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

MALT

Canal	Points forts	Axes d'amélioration	Commentaires détaillés
	- Ancienne régularité (3 posts par semaine). - Contenu visuel propre et professionnel. - Thématiques variées (témoignages, conseils, annonces).	- Reprendre une activité régulière. - Améliorer la stratégie de hashtags. - Augmenter l'engagement (likes et commentaires). - Créer du contenu interactif (stories, sondages).	- Le dernier post date de février 2024, ce qui montre un abandon de la plateforme. - Les posts antérieurs sont bien conçus mais manquent d'engagement (15-25 likes pour 1 347 abonnés). - Les hashtags utilisés (#freelance, #malt) sont trop génériques et peu ciblés. - Aucune utilisation des stories ou des fonctionnalités interactives (sondages, questions).
	- Base d'abonnés correcte (9,3K). - Contenu en anglais (potentiel international).	- Reprendre une activité régulière. - Adapter le contenu à la cible nationale (éviter le full anglais). - Améliorer la visibilité et l'engagement. - Utiliser des hashtags pertinents et des mentions.	- Le dernier post date de janvier 2024, ce qui montre une absence de stratégie récente. - Le contenu est entièrement en anglais, ce qui ne correspond pas à la cible française. - L'engagement est quasi inexistant (très peu de likes ou de retweets). - Aucune stratégie de hashtags ou de mentions pour augmenter la visibilité.

Malt a une base solide sur LinkedIn mais néglige ses autres réseaux sociaux, ce qui limite sa visibilité et son engagement. Une stratégie de contenu plus cohérente, régulière et interactive permettrait de mieux toucher sa cible et de renforcer sa présence en ligne.

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

LEHIBOU

Canal	Points forts	Axes d'amélioration	Commentaires détaillés
	- Design épuré et simple. - Navigation intuitive. - Call-to-action clairs. - Pas de surcharge d'informations.	- Corriger les problèmes d'ergonomie (photos floues, bullets mal placés). - Optimiser le référencement (SEO) pour augmenter la visibilité. - Ajouter du contenu interactif (vidéos, témoignages).	- Le site est bien conçu mais souffre de quelques problèmes d'ergonomie (photos floues, éléments mal placés). - Le contenu est clair et concis, mais manque de variété (peu de vidéos ou d'éléments interactifs). - Le SEO pourrait être amélioré pour attirer plus de trafic organique.
	- Bonne charte graphique (lorsque le compte était actif). - Régularité passée (2 posts par semaine).	- Reprendre une activité régulière. - Améliorer l'engagement (1-2 likes par post est très faible). - Utiliser des hashtags pertinents et des formats interactifs (vidéos, lives).	- Le compte est inactif depuis 2021, ce qui montre un abandon de la plateforme. - Lorsqu'il était actif, l'engagement était très faible (1-2 likes par post). - La charte graphique était bien respectée, mais le contenu manquait de stratégie de hashtags et d'interactivité.
	- Très bonne base d'abonnés (117K). - Régularité des posts (1 par jour). - Utilisation de hashtags et identifications. - Contenu professionnel et varié (conseils, études de cas, annonces).	- Uniformiser la langue des posts (éviter le mélange français/anglais sans logique). - Améliorer l'engagement (20-40 réactions pour 117K abonnés est faible). - Créer du contenu plus interactif (sondages, questions).	- LinkedIn est le réseau le plus actif et le mieux géré. - Cependant, le mélange de langues (français/anglais) est déroutant et manque de cohérence. - L'engagement est faible par rapport au nombre d'abonnés (20-40 réactions par post). - Les hashtags sont bien utilisés mais pourraient être plus ciblés. - Le contenu est professionnel mais manque d'interactivité (peu de sondages ou de questions pour engager la communauté).

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

LEHIBOU

Canal	Points forts	Axes d'amélioration	Commentaires détaillés
	- Quelques posts réguliers (1-3 par mois). - Utilisation de photos et de hashtags.	- Reprendre une activité régulière (au moins 3 posts par semaine). - Améliorer la charte graphique (DA). - Augmenter l'engagement (20 likes max pour 228 abonnés est très faible). - Différencier la stratégie de LinkedIn.	- Le compte est peu actif (1-3 posts par mois) et manque de cohérence graphique. - L'engagement est très faible (20 likes max pour 228 abonnés). - Le contenu est redondant avec LinkedIn, sans stratégie différenciée. - Aucune utilisation des stories ou des fonctionnalités interactives.
	- Bonne charte graphique (lorsque le compte était actif). - Régularité passée (2 posts par semaine).	- Reprendre une activité régulière. - Améliorer l'engagement (2-5 likes par tweet est très faible). - Utiliser des hashtags pertinents et des mentions pour augmenter la visibilité.	- Le compte est inactif depuis 2021, ce qui montre un abandon de la plateforme. - Lorsqu'il était actif, l'engagement était très faible (2-5 likes par tweet). - La charte graphique était bien respectée, mais le contenu manquait de stratégie de hashtags.

Le Hibou a un site web bien conçu et une présence sur LinkedIn, mais ses autres réseaux sociaux sont soit inactifs, soit peu engageants. En reprenant une activité régulière, en améliorant l'ergonomie du site et en adoptant une stratégie de contenu plus interactive et ciblée, Le Hibou pourrait renforcer sa visibilité et son engagement, notamment auprès des freelances et des entreprises.

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

FIVERR

Canal	Points forts	Axes d'amélioration	Commentaires détaillés
	- Design simple et épuré. - Call-to-action clairs (ex : "Trouvez votre freelance"). - Navigation intuitive. - Grande variété de services proposés.	- Améliorer l'affordance (ergonomie). - Réduire la densité d'informations pour améliorer la lisibilité. - Optimiser le référencement (SEO) pour les marchés francophones.	- Le site est bien structuré mais souffre d'une surcharge d'informations, ce qui réduit la lisibilité. - L'affordance (indicateurs visuels pour guider l'utilisateur) n'est pas toujours respectée.
	- Très grande base d'abonnés (2,6M). - Régularité des posts (5 par semaine, parfois 2 par jour). - Contenu varié (mélange d'Insta et TikTok).	- Adapter le contenu à la cible francophone. - Améliorer l'engagement (500 réactions pour 2,6M abonnés est faible). - Utiliser des hashtags pertinents et des formats interactifs (vidéos, lives).	- La régularité des posts est un point fort, mais l'engagement reste faible par rapport au nombre d'abonnés. - Le contenu est varié mais manque de stratégie de hashtags et de formats interactifs. - L'absence de contenu en français limite l'impact sur le marché francophone.
	- Très grande base d'abonnés (1,4M). - Régularité des posts (1 par jour). - Contenu varié (témoignages, tutos, astuces en carrousel). - Utilisation de visuels dynamiques (motion design).	- Adapter le contenu à la cible francophone. - Utiliser des hashtags pertinents. - Améliorer l'engagement (80-200 likes pour 1,4M abonnés est faible). - Diversifier les formats de contenu (sondages, lives).	- La communication est entièrement en anglais, ce qui limite l'engagement des francophones. - Les posts sont bien conçus mais manquent de stratégie de hashtags pour augmenter la visibilité. - L'engagement est faible par rapport au nombre d'abonnés, avec une rétention souvent limitée aux mêmes utilisateurs.

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

FIVERR

Canal	Points forts	Axes d'amélioration	Commentaires détaillés
	- Grande base d'abonnés (600K). - Régularité des posts (3-4 fois par semaine). - Charte graphique adaptée à la cible (jeunes adultes). - Contenu engageant (mèmes, astuces).	- Adapter le contenu à la cible francophone. - Augmenter l'engagement (100-200 likes pour 600K abonnés est faible). - Utiliser des hashtags ciblés et des stories interactives.	- Le contenu est bien adapté à la cible (jeunes adultes) mais reste entièrement en anglais. - L'engagement est faible par rapport au nombre d'abonnés. - Les mèmes et astuces sont pertinents, mais l'absence de contenu en français limite l'impact sur le marché francophone.
	- Grande base d'abonnés (457K). - Régularité des posts. - Stratégie de contenu mixte (mélange d'Insta et TikTok).	- Adapter le contenu à la cible francophone. - Améliorer l'engagement (moins de 50 likes par post). - Utiliser des hashtags pertinents et des mentions pour augmenter la visibilité.	- La régularité des posts est un point fort, mais l'engagement est très faible (moins de 50 likes par post). - Le contenu est un mélange d'Insta et TikTok, mais manque de cohérence et de stratégie de hashtags. - L'absence de contenu en français limite l'impact sur le marché francophone.
	- Contenu tendance et adapté au réseau. - Interlocuteurs variés pour favoriser l'identification. - Vidéos courtes et dynamiques.	- Adapter le contenu à la cible francophone. - Augmenter l'engagement (200 likes pour 66K abonnés est faible). - Utiliser des hashtags populaires et des défis pour booster la visibilité.	- Le contenu est bien adapté à TikTok (vidéos courtes, dynamiques et tendances). - Cependant, l'engagement reste faible (200 likes pour 66K abonnés). - L'absence de contenu en français limite l'impact sur le marché francophone.

Fiverr a une présence solide sur les réseaux sociaux et un site web bien conçu, mais son manque d'adaptation au marché francophone et son faible engagement limitent son impact. En traduisant une partie de son contenu, en améliorant l'ergonomie de son site et en adoptant une stratégie de hashtags et de contenu interactif, Fiverr pourrait renforcer sa visibilité et son engagement, notamment auprès des francophones.

ETUDE DE LA COMMUNICATION DE LA CONCURRENCE

Malt, Fiverr et Le Hibou partagent des points communs dans leur stratégie de communication, mais aussi des lacunes significatives.

- **Malt** se distingue par une forte présence sur LinkedIn, mais néglige ses autres réseaux, ce qui limite son engagement global.
- **Fiverr**, bien que très actif sur plusieurs plateformes, souffre d'un manque d'adaptation au marché francophone et d'un engagement faible par rapport à sa base d'abonnés.
- **Le Hibou**, quant à lui, a un site web bien conçu mais une présence sociale quasi inexistante en dehors de LinkedIn, avec des comptes inactifs sur X et Facebook, et un Instagram peu engageant.

Ces constats montrent que les réseaux comme X (Twitter) et Facebook ne fonctionnent pas pour toucher efficacement notre cible, tandis que LinkedIn, Instagram et TikTok sont des canaux porteurs, notamment pour leur capacité à engager une audience jeune et professionnelle.

Notre stratégie de communication :

C'est pourquoi j'ai choisi de concentrer nos efforts sur Instagram, TikTok et LinkedIn, des plateformes où nos concurrents obtiennent de meilleurs résultats et qui touchent directement notre cible (freelances, jeunes professionnels et entreprises).

Nous éviterons X (Twitter), car nos benchmarks montrent que ce réseau ne génère pas d'engagement significatif dans notre secteur. En complément, nous intégrerons Discord pour créer une communauté interactive, YouTube pour du contenu éducatif et approfondi, et Twitch pour des lives et des échanges en direct, renforçant ainsi notre présence digitale et notre lien avec notre audience.

Cette stratégie multicanale nous permettra de maximiser notre visibilité, d'engager notre communauté et de nous différencier de la concurrence.

LIGNE ÉDITORIALE

CHOIX DES PLATEFORMES

Pour maximiser l'impact de BLAZED et toucher efficacement les audiences, j'ai sélectionné plusieurs plateformes stratégiques, chacune répondant à un objectif spécifique.

Site web et Blog

Pour qui ?
- Freelances recherchant des missions et de la visibilité
- Entreprises cherchant à recruter sans passer par des plateformes classiques
- Personnes en quête d'informations sur le freelancing

Pourquoi ?
- Pilier central de l'écosystème BLAZED
- Outil clé pour le référencement et la captation de leads
- Plateforme permettant l'inscription et la mise en relation directe

Comment ?
- Blog optimisé SEO avec des articles sur le freelancing
- Landing pages ciblées pour entreprises et freelances
- Annuaire interactif pour mettre en avant les talents inscrits

TikTok

Pour qui ?
- Freelances juniors et jeunes créatifs (18-25 ans)
- Étudiants et talents émergents cherchant à se démarquer
- Entreprises ouvertes aux nouvelles tendances

Pourquoi ?
- Plateforme idéale pour la visibilité organique et le contenu viral
- Permet d'humaniser BLAZED via des formats courts et engageants
- Attire une audience jeune et dynamique

Comment ?
- Création de mini-tutoriels sur le freelancing, le design et le webmarketing
- Témoignages de freelances ayant trouvé des opportunités via BLAZED
- Tendances et challenges adaptés au monde du digital

Instagram

Pour qui ?
- Freelances créatifs (20-35 ans) (graphistes, designers, vidéastes, etc.)
- Entreprises à la recherche de talents visuels
- Communauté de passionnés du digital

Pourquoi ?
- Plateforme visuelle parfaite pour montrer l'univers de BLAZED
- Outil puissant pour créer une identité de marque forte
- Possibilité de conversion via Instagram Shopping & DM

Comment ?
- Partage de portfolios de freelances inscrits sur BLAZED
- Stories interactives (Q&A, sondages, behind-the-scenes)
- Reels éducatifs et inspirants sur le freelancing

LinkedIn

Pour qui ?
- Entreprises cherchant des freelances qualifiés
- Freelances plus expérimentés souhaitant du B2B
- Décideurs et recruteurs du digital

Pourquoi ?
- Plateforme de networking professionnel incontournable
- Permet d'établir BLAZED comme un acteur légitime du freelancing
- Outil puissant pour le personal branding des freelances

Comment ?
- Articles de fond sur les tendances du freelancing
- Témoignages d'entreprises et freelances ayant collaboré via BLAZED
- Posts inspirants et conseils pour réussir en tant que freelance

LIGNE ÉDITORIALE

CHOIX DES PLATEFORMES

Youtube

Pour qui ?
- Freelances en quête de formation et de conseils approfondis
- Entreprises souhaitant comprendre comment intégrer des freelances
- Passionnés du digital et du webmarketing

Pourquoi ?
- Plateforme idéale pour les contenus longs et éducatifs
- Excellente visibilité via le SEO (vidéos bien référencées)
- Crée un lien fort avec la communauté

Comment ?
- Interviews de freelances et experts du digital
- Rediffusion des masterclasses gratuites sur le freelancing et l'entrepreneuriat
- Vlogs sur les coulisses de BLAZED et les événements de la communauté

Twitch et Discord

Pour qui ?
- Communauté active de freelances souhaitant échanger en live
- Créatifs dans le domaine du gaming, du dev web et du design
- Entreprises innovantes à la recherche de talents tech

Pourquoi ?
- Twitch : Permet d'organiser des lives éducatifs et des sessions interactives
- Discord : Crée une communauté engagée avec des salons dédiés

Comment ?
- Twitch : Streaming en direct sur des sujets comme le personal branding ou la gestion de clients
- Discord : Espaces pour partager des ressources, organiser des meetups virtuels, et proposer des offres exclusives

Mailing

Pour qui ?
- Freelances inscrits souhaitant des opportunités ciblées
- Entreprises ayant exprimé un besoin en recrutement
- Leads potentiels ayant interagi avec le site ou les réseaux

Pourquoi ?
- Outil de fidélisation et de conversion
- Permet de partager des opportunités et des actualités exclusives
- Moyen direct et personnalisé de communiquer avec la communauté

Comment ?
- Newsletters mensuelles avec tendances et conseils freelancing
- Offres de missions ciblées en fonction du profil des inscrits
- Séquences de nurturing pour convertir les visiteurs en utilisateurs actifs

LES OBJECTIFS SMART

OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Pour imposer BLAZED comme la référence auprès des freelances et des entreprises, je m'appuie à 100 % sur le digital dans ma stratégie de communication et j'exploite pleinement les réseaux sociaux pour toucher mes audiences là où elles consomment du contenu. Mes objectifs suivent la méthodologie SMART, afin d'être clairs, mesurables et atteignables.

Faire de BLAZED une marque virale et incontournable sur les réseaux sociaux

Objectif SMART : Atteindre 150 000 abonnés cumulés sur nos réseaux sociaux avec un taux d'engagement de 8% en 18 mois.

TikTok & Instagram : Contenu viral autour du freelancing, storytelling, tendances et formats courts engageants.

LinkedIn : Thought leadership avec des posts stratégiques sur l'entrepreneuriat et le travail indépendant.

YouTube : Contenu long format éducatif et inspirant (interviews de freelances, études de cas, best practices).

Twitch & Discord : Lives interactifs, masterclasses et networking entre freelances et entreprises.

Convertir nos abonnés en utilisateurs actifs sur la plateforme

Objectif SMART : Générer 300 000 visiteurs uniques et obtenir 20 000 inscriptions en un an, avec un taux de conversion de 12%.

Instagram & TikTok Ads : Campagnes d'acquisition ultra-ciblées via des ads optimisées.

SEO & YouTube : Stratégie de référencement pour capter les freelances et entreprises en recherche active.

LinkedIn : Campagnes d'awareness B2B pour toucher les décideurs et recruteurs.

Twitch & Discord : Animation d'une communauté engagée pour faciliter l'adoption de la plateforme.

Développer une communauté engagée et fidèle à BLAZED

Objectif SMART : Atteindre 50 000 membres sur Discord, avec une activité quotidienne de 500 messages/jour en 12 mois.

Discord : Création d'un serveur dédié au freelancing avec ressources, événements et matchmaking.

Twitch & YouTube : Lives interactifs, Q&A, sessions conseils en direct.

Instagram & TikTok : Challenges, AMAs et retours d'expérience de freelances et entreprises.

Booster la conversion vers les abonnements payants Silver et Gold

Objectif SMART : Convertir 25% des freelances et 35% des entreprises en abonnés premium en 12 mois.

LinkedIn : Mise en avant des témoignages et cas clients d'entreprises ayant trouvé leurs talents via BLAZED.

YouTube & TikTok : Explication des avantages premium via des vidéos de démonstration.

Email marketing & Discord : Relances automatisées et onboarding personnalisé pour maximiser la conversion.

Générer du bouche-à-oreille et du contenu UGC (User Generated Content)

Objectif SMART : Obtenir 10 000 partages de contenu et 7 500 inscriptions via parrainage en un an.

TikTok & Instagram Reels : Encourager les utilisateurs à partager leur expérience via du contenu interactif.

Discord & Twitch : Organisation de défis et récompenses pour les utilisateurs les plus actifs.

LinkedIn : Hashtag challenge autour du freelancing et du matching entreprises/talents.

En utilisant une stratégie 100% digitale ultra-ciblée, BLAZED se positionne comme unr plateforme engageante et dynamique du marché, proche de ses utilisateurs et ancrée dans leur quotidien sur les réseaux sociaux.

LIGNE ÉDITORIALE

STORYTELLING DE BLAZED - PLUS QU'UNE PLATEFORME, UNE RÉVOLUTION DU FREELANCING

Une nouvelle vision, une mission claire

BLAZED, ce n'est pas juste une autre plateforme de freelancing. C'est un écosystème conçu pour redonner du pouvoir aux talents indépendants et aux entreprises qui recherchent efficacité et rapidité. Là où d'autres imposent des règles archaïques, nous avons choisi l'agilité, la fluidité et la transparence.

🎯 Notre mission ? Brûler les obstacles, allumer les opportunités et créer des connexions instantanées et efficaces entre freelances et entreprises.

🔥 L'Ifrit : notre emblème, votre feu intérieur

Notre mascotte, un Ifrit, n'est pas là par hasard. Cet être mythique, forgé dans le feu, incarne la puissance, l'indépendance et la détermination. Il symbolise les freelances modernes : libres, audacieux, inarrêtables.

BLAZED, c'est cette énergie : une plateforme qui vous propulse sans friction. Ici, pas de longs processus, pas de commissions abusives, juste des opportunités accessibles en un swipe.

Une identité visuelle forte et impactante

Notre univers graphique n'est pas un hasard :

Orange
L'énergie, la créativité, la communauté

Noir
La puissance, la confiance, l'élégance

Blanc
La clarté, la simplicité, l'accessibilité

Chaque détail a été pensé pour stimuler l'action et inspirer confiance.

LIGNE ÉDITORIALE

OBJECTIFS DE NOTRE LIGNE ÉDITORIALE

Notre ligne éditoriale n'est pas laissée au hasard. Chaque contenu publié suit une stratégie précise, avec des objectifs bien définis :

1. Asseoir l'identité de BLAZED

- Développer une voix unique et un ton percutant, audacieux et direct
- Renforcer notre univers visuel avec des codes forts (Ifrit, couleurs, style graphique)
- Créer une marque mémorable qui se démarque des autres plateformes

2. Attirer et engager la communauté

- Générer de l'intérêt et de l'interaction sur nos contenus
- Développer une vraie culture communautaire autour du freelancing et de l'entrepreneuriat
- Encourager le partage d'expériences et la co-création de contenu

3. Apporter de la valeur aux freelances et aux entreprises

- Donner des tips concrets pour réussir en freelance (pricing, négociation, organisation…)
- Démystifier le freelancing et lever les blocages psychologiques
- Fournir des analyses du marché et des tendances pour aider à anticiper les évolutions

En résumé, notre ligne édito est là pour frapper fort, créer une communauté engagée et positionner BLAZED comme LA référence du freelancing moderne.

LIGNE ÉDITORIALE

TON & ÉCRITURE : L'ADN DE BLAZED

Notre manière d'écrire, c'est notre signature. Chaque mot compte et reflète l'énergie, l'audace et l'esprit rebelle de BLAZED.

1. Ton général : Impactant et sans détour

- **Direct et percutant :**

On va droit au but, sans blabla.

- **Audacieux et assumé :**

On ose, on casse les codes, on ne fait pas dans la langue de bois.

- **Engageant et inclusif :**

On parle avec notre communauté, pas juste à elle.

- **Énergique et motivant :**

On donne envie d'agir, de se lancer, de réussir.

EXEMPLE

❌

"Découvrez nos fonctionnalités pensées pour les freelances et entreprises."

✅

"Swipe, match, bosse. Plus rapide que n'importe quelle autre plateforme."

2. Style d'écriture : Court, efficace, marquant

- **Phrases courtes et impactantes**
- **Mots puissants et évocateurs (pas de jargon inutile)**
- **Verbes d'action pour dynamiser le message**
- **Formats variés : "punchlines", storytelling, phrases choc**

EXEMPLE

❌

"Le freelancing est un secteur en pleine expansion avec des défis et des opportunités."

✅

"Le freelancing, c'est la liberté. Sauf quand t'es bloqué par une plateforme moisie. On change ça."

3. Vocabulaire et expressions : On met le feu

- **Des métaphores liées au feu, à l'action, à la vitesse**
- **Un champ lexical fort et inspirant**
- **Un ton un peu provoc', mais toujours bienveillant**

EXEMPLE

"Brûle les obstacles. Allume ton avenir."

"Fini les candidatures interminables. Un swipe, une mission, next."

4. Adaptation selon la plateforme

- **Instagram/TikTok**

→ **Ton dynamique, punchy, phrases courtes**

- **LinkedIn**

→ **Plus structuré, mais toujours direct et impactant**

- **YouTube**

→ **Ton plus narratif et immersif**

- **Mailing**

→ **Personnalisé, engageant, avec une touche de storytelling**

EN RÉSUMÉ

- Du rythme. De l'impact. Un message qui marque.

- On parle cash, on inspire, on fait bouger les choses.

- BLAZED, c'est une voix qu'on n'oublie pas.

RÈGLES D'ÉCRITURE : LIGNES DIRECTRICES

Dans la rédaction des contenus pour BLAZED, chaque mot doit capter l'attention, marquer les esprits et inciter à l'action. Notre ligne éditoriale repose sur des principes forts pour garantir cohérence, impact et alignement avec notre identité. Le choix des mots, la construction des phrases et l'usage de la ponctuation sont essentiels pour transmettre l'énergie et l'audace qui définissent BLAZED.

Un vocabulaire puissant et évocateur :

Les mots doivent être directs, inspirants et porteurs d'action. Chaque phrase doit résonner comme une punchline. On évite le jargon et les tournures fades pour des formulations percutantes et visuelles.

Des phrases courtes et un rythme dynamique :

Notre audience scroll vite, elle doit retenir l'essentiel. L'info est claire, impactante et fluide, sans superflu.

Une écriture inclusive, sans complexité :

BLAZED s'adresse à toutes et tous, avec une approche fluide et naturelle. Pas de point médian, mais des formulations neutres et dynamiques qui parlent à tout le monde.

RÈGLES D'ÉCRITURE : LIGNES DIRECTRICES

Une ponctuation qui claque :

Elle structure et donne du relief au texte. Des points pour couper net, des retours à la ligne pour respirer, des exclamations bien placées pour marquer l'impact.

Un ton adapté aux formats :

Ultra court et incisif sur les réseaux, plus développé mais toujours percutant sur un blog, engageant et personnalisé en newsletter, structuré mais jamais rigide sur LinkedIn.

L'objectif :

Des contenus qui claquent et qui font bouger les freelances.

RUBRIQUES :

1. Témoignages & avis

Objectif : Mettre en avant des freelances et entreprises ayant bénéficié de BLAZED pour inspirer et rassurer les nouveaux utilisateurs.

📌 **Formats :**

- Vidéos témoignages (TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts)
- Carrousels avec des extraits d'avis (Instagram, LinkedIn)
- Stories avant/après : freelance avant BLAZED vs après

2. Conseils & astuces freelancing

Objectif : Aider les freelances à mieux gérer leur carrière et à se démarquer.

📌 **Formats :**

- Threads avec des conseils pratiques
- Posts LinkedIn détaillés sur des sujets clés (tarification, prospection, organisation)
- Courtes vidéos pédagogiques sur TikTok & Instagram Reels
- Articles de blog optimisés SEO sur le site

RUBRIQUES :

3. Showroom des talents

Objectif : Valoriser la créativité des freelances inscrits sur BLAZED.

📌 **Formats :**

- Présentation de portfolios en carrousel Instagram
- Vidéos "Meet the Freelancer" (YouTube, TikTok)
- Posts LinkedIn avec mise en avant d'un talent et son parcours
- Galerie sur le site BLAZED

4. Opportunités & missions

Objectif : Informer la communauté des offres disponibles et des opportunités de collaboration.

📌 **Formats :**

- Stories Instagram & LinkedIn avec les dernières missions postées
- Posts avec des offres rapides et call-to-action
- Newsletter mensuelle "BLAZED Job Alert"
- Section dédiée sur le site

5. Vie de freelance & backstage

Objectif : Partager les coulisses du freelancing et l'expérience BLAZED de manière authentique et humaine.

📌 **Formats :**

- Vlogs YouTube et TikTok sur la vie quotidienne d'un freelance
- Stories Instagram avec des journées type
- Mèmes et posts humoristiques sur Instagram
- Interviews immersives (IGTV, YouTube)

6. Décryptage du marché du freelancing

Objectif : Offrir une veille sur les tendances du freelancing, du digital et du travail indépendant.

📌 **Formats :**

- Études de marché et infographies sur LinkedIn
- Articles de blog SEO sur l'évolution du secteur
- Live Twitch ou LinkedIn avec des experts du freelancing
- Posts courts pour des insights rapides

RUBRIQUES :

7. Challenge & engagement communautaire

Objectif : Créer de l'interaction et fédérer la communauté autour de challenges créatifs et d'initiatives collaboratives.

📌 **Formats :**

- Concours de création (ex : "Crée le logo d'un client fictif")
- Défis TikTok & Instagram autour du freelancing
- Hashtag collaboratif #MadeWithBlazed pour partager les créations
- Salons Discord pour brainstormer en direct

8. Outils & ressources pour freelances

Objectif : Fournir des ressources pratiques pour aider les freelances à mieux travailler et évoluer.

📌 **Formats :**

- Templates gratuits (factures, pitchs, contrats) téléchargeables sur le site
- Fiches pratiques en carrousel Instagram
- Vidéos explicatives YouTube sur l'usage d'outils essentiels (Notion, Canva, Trello, etc.)
- Newsletter mensuelle avec une sélection de ressources

9. Interviews & rencontres inspirantes

Objectif : Partager l'expérience d'experts, d'entrepreneurs et de freelances confirmés.

📌 **Formats :**

- Podcasts disponibles sur YouTube
- Vidéos "5 questions à un expert" (TikTok, LinkedIn)
- Articles de blog détaillés avec conseils et parcours inspirants
- Lives Twitch et LinkedIn avec questions/réponses

FORMATS & MÉDIAS

1. Photos haute qualité

Pourquoi ?

- Attirer l'œil et renforcer la crédibilité de BLAZED.
- Valoriser les freelances et leurs créations.

Comment ?

- Utilisation d'images professionnelles pour les portraits, les bureaux et les événements.
- Présentation soignée des portfolios et projets.
- Bannir les visuels flous ou pixelisés.

2. Vidéos courtes et dynamiques (TikTok, Reels, YouTube Shorts)

Pourquoi ?

- Format tendance favorisant l'engagement et la viralité.
- Idéal pour partager des témoignages, conseils et coulisses.

Comment ?

- Montage rythmé avec des transitions fluides.
- Ajout de sous-titres pour le visionnage sans son.
- Formats verticaux (9:16) pour mobile.
- Durée idéale : 30-60 secondes.

3. Vidéos longues & interviews (YouTube, Twitch, LinkedIn Live)

Pourquoi ?

- Approfondir un sujet et offrir du contenu de valeur.
- Positionner BLAZED comme une référence du freelancing.

Comment ?

- Interviews d'experts, success stories de freelances.
- Lives interactifs avec questions/réponses.
- Montage dynamique, alternance de plans et visuels illustratifs.
- Durée idéale : 5 à 20 minutes (YouTube) / 45 min+ (Twitch, LinkedIn Live).

4. Carrousels & infographies (Instagram, LinkedIn, Pinterest)

Pourquoi ?

- Expliquer un concept en plusieurs étapes.
- Favoriser l'enregistrement et le partage.

Comment ?

- Slides clairs et épurés avec une hiérarchie visuelle.
- Utilisation de pictos et couleurs BLAZED.
- Titres impactants et accroches engageantes.
- Format carré (1080x1080 px) ou vertical (1080x1350 px).

FORMATS & MÉDIAS

5. Threads & articles (LinkedIn, Blog)

Pourquoi ?

- Format idéal pour approfondir un sujet sans écran.
- Augmente la fidélisation et la notoriété.

Comment ?

- Articles de blog optimisés avec mots-clés ciblés.
- Threads engageants sous forme de conseils rapides.
- Posts LinkedIn longs mais structurés avec emojis et paragraphes aérés.

6. Podcasts (YouTube)

Pourquoi ?

- Format tendance favorisant l'engagement et la viralité.
- Idéal pour partager des témoignages, conseils et coulisses.

Comment ?

- Interviews et discussions sur le freelancing et l'entrepreneuriat.
- Durée idéale : 20-40 minutes.
- Version vidéo YouTube (+ version audio Spotify/Apple Podcasts?).

7. Newsletters & e-mails

Pourquoi ?

- Fidéliser la communauté et informer des nouveautés.
- Convertir les abonnés en utilisateurs actifs.

Comment ?

- Contenu personnalisé selon les profils freelances ou entreprises.
- Call-to-action clair et percutant.
- Format court et impactant (max 500 mots).
- Une newsletter mensuelle et une "NL Job Alert"

8. Mèmes & contenus viraux (Instagram, TikTok)

Pourquoi ?

- Créer une connexion fun et engageante avec la communauté.
- Favoriser le partage et la viralité.

Comment ?

- Format simple (image ou courte vidéo).
- Ton humoristique et relatable pour les freelances.
- Intégration des tendances et références culturelles.

Avec ces formats variés et adaptés aux plateformes, BLAZED pourra capter son audience efficacement tout en renforçant son image de marque.

RÈGLES DES ÉMOJIS : DO & DON'T

Plateformes	Dans les publications	Dans les commentaires	En one to one
	Do : 🔥👹🚀⚡💡💼📜🎯 Don't : ☠️🚫💲💥	Do : 🔪📌🧠🔎💬💡 Don't : 😴🤬⚠️	Do : 👋😊🗓️📩 Don't : 💤⚡🤖🐾
	Do : 👑🧔🔗💡🤝 Don't : ☠️🚫💲💥	Do : 🔥👀💻📲💬🚀 Don't : 📉🤖🚷	Do : 💻📲💬🔥 Don't : 🚨🤡⚠️
	Do : 💻📲💬⚡🔥🌀💥 Don't : 😴🤮🚧🛑	Do : 👁️🗨️🔥👑🎙️🌀👹 Don't : 😴🤮🚧🛑🤬🚷	Do : ⚡🔥🌀💥👑🎙️💻💡 Don't : 🤬🚷
	Do : 🎬📜🎙️💻🧔💬👹 Don't : 💲❌💤	Do : 🔔👁️🫀🎞️ Don't : 💲❌💤📉🤖🚷	Do : 🎬📜🔑🔥🔔👁️ Don't : 📉🤖🚷
	Do : 🧩🔥👑⚖️📈💼 Don't : 🤢💲💀	Do : 📳👾🔮👁️🗨️🎙️ Don't : 🤢💲💀🚫📉⚠️	Do : 🔥👑⚡📜📳👾🔮👁️🗨️🎙️ Don't : 🚫📉⚠️
	Do : 🔥⚡🖥️🃏👀🌀🤢🧿 Don't : 💰🚨💀🚷	Do : 📜💭⚡📲👹 Don't : 💲🚨💀🚷🚩🤬⚠️	Do : 🔥🃏👀🌀🤢📜💭⚡ Don't : 🚩🤬⚠️

🔥 Symbole de dynamisme, de chaleur communautaire et de force du freelancing.

 Symboles alchimiques : évolution des freelances sur BLAZED, un monde en transformation.

💼 Le business : l'élément pro qui reste essentiel sur LinkedIn et les plateformes stratégiques.

✨ On ne veut pas être une plateforme ennuyeuse, chaque post doit captiver et inspirer.

🔮 Le mystique : Parce que BLAZED brise les codes, on incarne une énergie disruptive et audacieuse.

Récapitulatif des bonnes pratiques

✅ Do :

- **Utiliser les émojis pour structurer et dynamiser le contenu.**
- **Adapter le ton selon la plateforme (pro sur LinkedIn, fun sur TikTok).**
- **Utiliser des émojis tendance et cohérents avec la cible.**

❌ Don't :

- Surutiliser les émojis, risquant un effet "spam".
- Remplacer des mots clés importants pour le SEO par des émojis.
- Employer des émojis non adaptés au ton et au contexte professionnel.

DANS LES FAITS ?

Chez BLAZED, la communication est directe, percutante et sans détour. Nous privilégions un ton dynamique et engageant qui crée une proximité instantanée avec notre audience. Lorsqu'il s'agit de s'adresser aux freelances, nous utilisons un tutoiement naturel, qui reflète notre énergie et notre complicité avec eux. En revanche, face aux entreprises et aux partenaires, nous adaptons notre discours avec un vouvoiement fluide, synonyme de professionnalisme et de sérieux, tout en gardant notre style impactant.

Notre objectif est clair :

Capter l'attention, transmettre l'essentiel en quelques secondes et inciter à l'action. Pas de jargon inutile, pas de discours trop corporate. Nous allons droit au but avec des messages efficaces, audacieux et motivants.

Gestion des questions diverses

- **Réactivité maximale :** chaque demande mérite une réponse rapide et utile. Nos échanges sont clairs, précis et sans perte de temps.
- **Support efficace :** un système de gestion centralisé garantit un suivi optimal pour ne laisser aucune question sans réponse.
- **FAQ évolutive :** mise à jour régulière des questions récurrentes pour fluidifier l'expérience utilisateur.

Canaux de communication

- **Disponibilité sur plusieurs canaux :** email, chat en direct, réseaux sociaux… Nous sommes là où vous avez besoin de nous.
- **Cohérence du ton :** quel que soit le canal utilisé, notre message reste clair et impactant.
- **Écoute active :** chaque interaction est une opportunité d'améliorer nos services et de mieux comprendre vos attentes.

Suivi et amélioration continus

- **Collecte de feedback** : après chaque échange, nous sollicitons des retours pour mesurer l'efficacité de notre communication.
- **Analyse et optimisation** : nous étudions régulièrement les demandes pour anticiper les besoins et affiner nos réponses.

BLAZED, c'est une communication qui va droit au but, s'adapte à son interlocuteur et pousse à l'action.

STRATÉGIE SEO

POUR LA LANDING PAGE DE BLAZED

http://blazed.anadanil.fr

Mon objectif est de positionner BLAZED comme une référence sur le marché du freelancing, en optimisant la visibilité sur Google et en générant du trafic qualifié dès le lancement. La landing page servira de point d'entrée central pour informer et convaincre les visiteurs avant de les rediriger vers l'application où ils pourront s'inscrire, matcher avec des missions ou des talents et gérer leurs collaborations.

1. Recherche de mots-clés et intention utilisateur

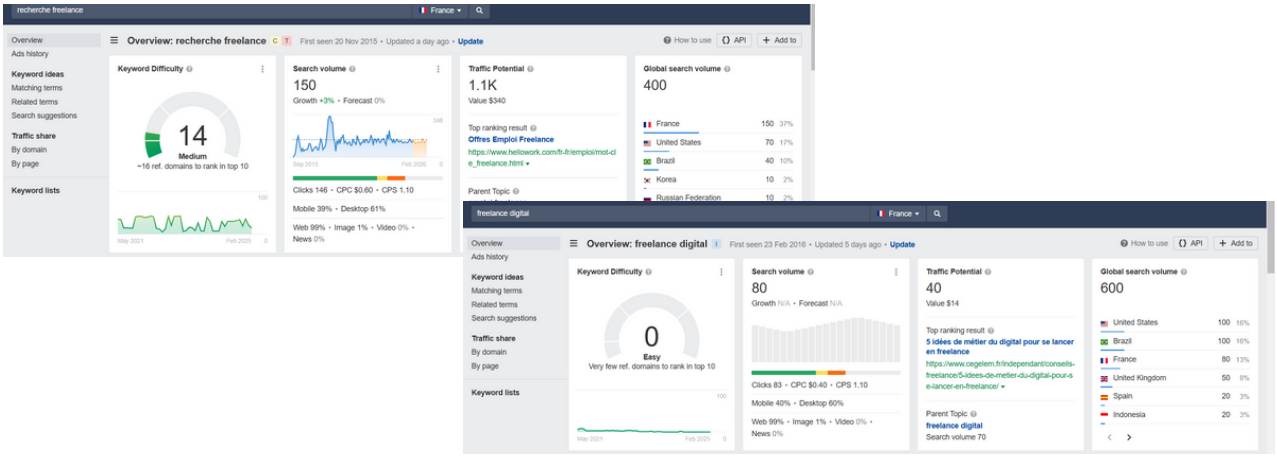
L'approche repose sur une combinaison de mots-clés transactionnels, informationnels et de mots-clés principaux à intégrer sur la page d'accueil :

✅ POSITIONNEMENT GÉNÉRAL ET VALEURS

- **Freelances qualifiés / freelances / freelancing**
- **Entreprises réactives / entreprises**
- **Missions freelance**
- **Plateforme freelancing**
- **Freelances digital**
- **Recherche freelance**
- **freelance commision**
- **Solution digitale pour indépendants**
- **Freelances-entreprises**
- **Application freelance**
- **Recrutement simplifié**

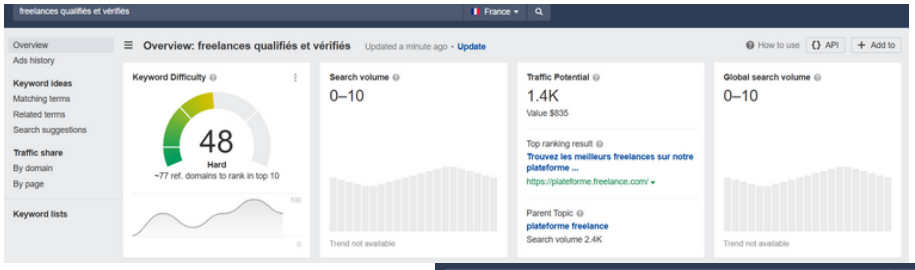
✅ ENGAGEMENT ET CROISSANCE

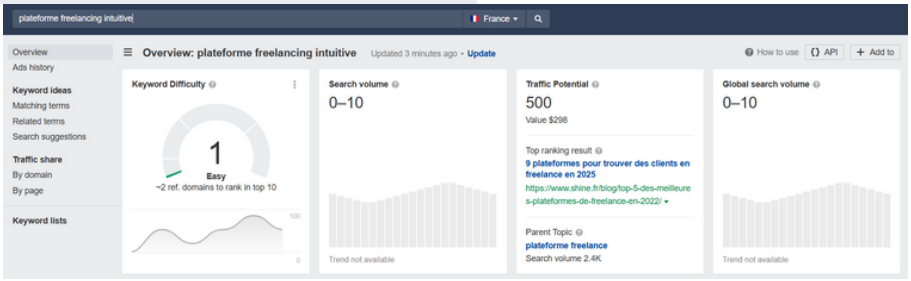
- **Activité freelance**
- **Meilleures entreprises**
- **Plateforme freelance sans commission**
- **Talents qualifiés en quelques clics**



STRATÉGIE SEO

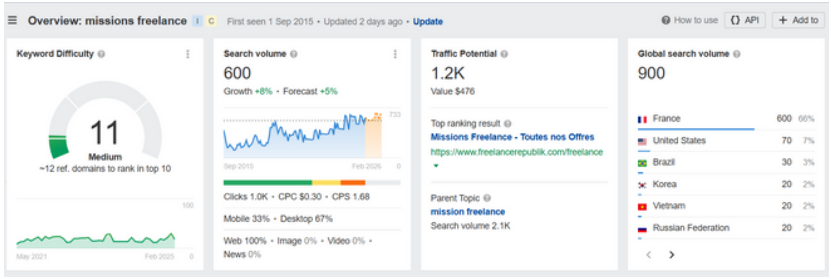
POUR LA LANDING PAGE DE BLAZED

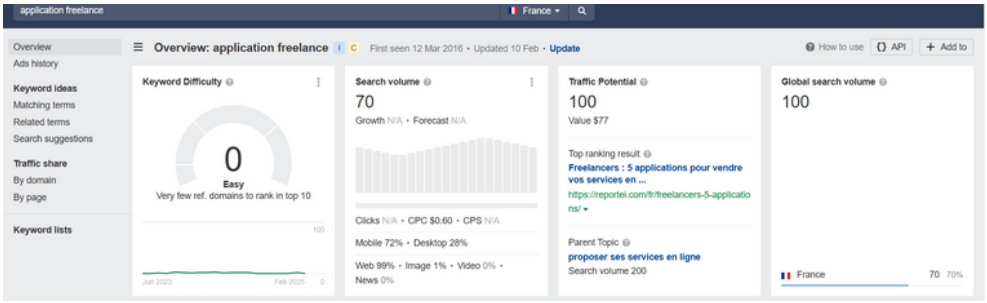




✅ ACQUISITION DE FREELANCES ET D'ENTREPRISES

- **Trouver une mission freelance rapidement**
- **Rejoindre une plateforme freelance**
- **Publier une offre freelance en un clic**
- **Accès direct aux meilleurs freelances**
- **Freelances spécialisés**
- **Missions freelance rémunérées**



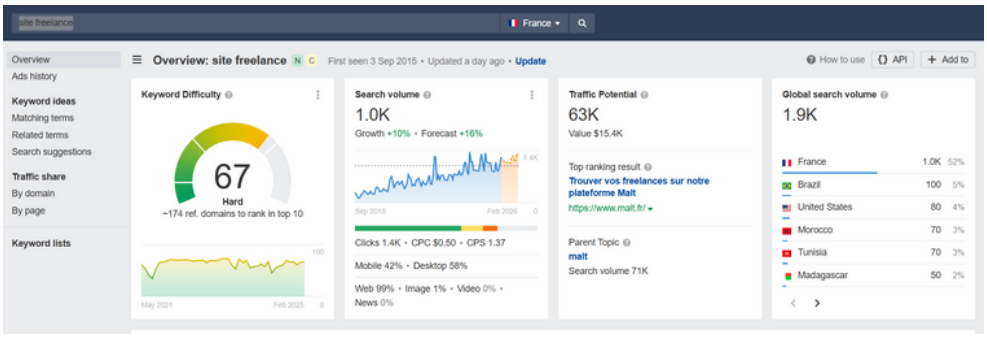


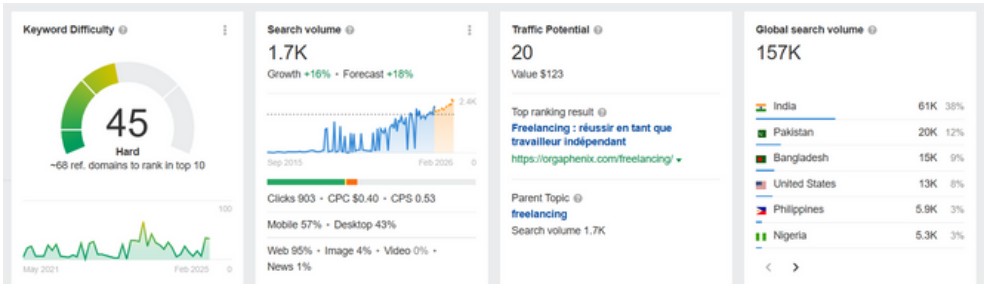
STRATÉGIE SEO

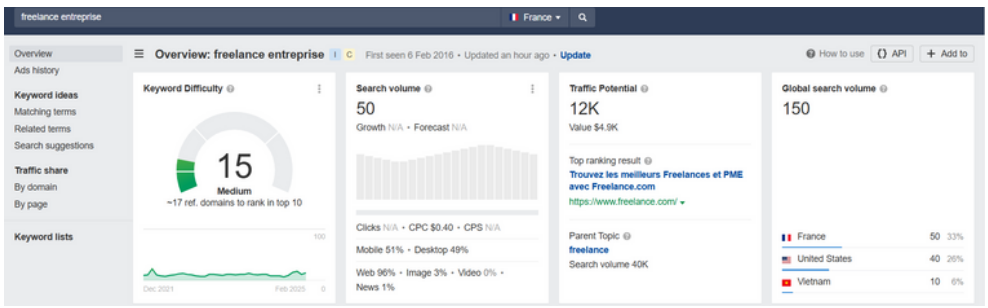
POUR LA LANDING PAGE DE BLAZED

✅ ASPECTS TECHNIQUES ET SERVICES

- **Paiement sécurisé et escrow**
- **Interface intuitive et ergonomique**
- **Algorithme de matching freelance**
- **Gestion simplifiée des contrats et paiements**
- **Communauté de freelances engagés**
- **Service client dédié aux freelances et entreprises**







STRATÉGIE SEO

POUR LA LANDING PAGE DE BLAZED

2. Optimisation SEO on-page et parcours utilisateur

La landing page doit convaincre rapidement les visiteurs, les informer sur l'offre, et les inciter à télécharger l'application.

RÉDACTION SEO-FRIENDLY

- Intégration des mots-clés dans les 100 premiers mots, répétition naturelle dans les sous-titres et paragraphes sans sur-optimisation. Longueur recommandée de 1200 à 1800 mots pour assurer un bon référencement.

- Un champ sémantique optimisé pour élargir la portée des requêtes (exemple : pour trouver un freelance, inclure mission freelance rémunérée, travailler avec un indépendant, recruter un expert en freelance).

MAILLAGE INTERNE ET APPELS À L'ACTION STRATÉGIQUES

La landing page doit rediriger de façon fluide vers **l'application mobile** avec plusieurs points de conversion :

- Boutons CTA bien visibles dès le premier écran : *Télécharger l'application*, *Créer un compte gratuitement*

- Sections expliquant les avantages de l'application avec des liens directs vers les stores (App Store, Google Play)

- Témoignages et études de cas pour rassurer et déclencher l'inscription

STRATÉGIE SEO

POUR LA LANDING PAGE DE BLAZED

3. Optimisation technique pour un référencement optimal

La landing page doit convaincre rapidement les visiteurs, les informer sur l'offre, et les inciter à télécharger l'application.

TEMPS DE CHARGEMENT RAPIDE :

- Compression des images, mise en cache, code optimisé pour obtenir un score Google PageSpeed supérieur à 90.

MOBILE-FIRST :

- L'UX et le design doivent être pensés pour mobile en priorité, puisque la majorité du trafic viendra de smartphones.

DONNÉES STRUCTURÉES ET SEO LOCALISÉ :

- Ajout de rich snippets pour les avis, la FAQ et les descriptions détaillées dans les résultats de recherche.

SÉCURISATION ET CRÉDIBILITÉ :

- HTTPS, mentions légales claires, politique de confidentialité accessible.

Intégration des Rich Snippets

Les données structurées (schema.org) permettent d'enrichir les résultats Google avec des informations pertinentes :

- Avis clients (Rich Snippet "AggregateRating") → Affichage des étoiles en SERP.
- FAQ intégrée (Rich Snippet "FAQPage") → Améliore la visibilité des questions fréquentes.
- Fiche entreprise (Rich Snippet "Organization") → Renforce l'identité de marque sur Google

STRATÉGIE SEO

POUR LA LANDING PAGE DE BLAZED

4. Stratégie de netlinking et acquisition de trafic

- **Backlinks de qualité :** acquisition de liens entrants depuis des sites spécialisés en freelancing, recrutement et entrepreneuriat (exemple : articles invités sur Maddyness, FrenchWeb, La Ruche à Projets, Medium)
- **Guest blogging :** rédaction d'articles sur d'autres plateformes avec un lien retour vers la landing page (exemple : Comment optimiser ses missions freelance en 2025 ?)
- **Forums et communautés en ligne :** engagement sur des groupes LinkedIn, Reddit (r/Freelance), Slack ou Discord spécialisés pour faire connaître BLAZED de manière organique

5. Suivi et ajustements SEO en continu

ANALYSE DES PERFORMANCES AVEC GOOGLE SEARCH CONSOLE ET GOOGLE ANALYTICS :

- Suivi des mots-clés, taux de rebond, taux de conversion et comportement utilisateur.

TEST A/B DES CTA ET DES SECTIONS DE LA PAGE :

- Comparaison de variantes (Télécharger l'application vs Créer un compte en un clic) pour maximiser le taux de conversion.

AUDIT SEO MENSUEL :

- Mise à jour des optimisations techniques et adaptation aux tendances de recherche.

L'ensemble de cette stratégie vise à maximiser la visibilité de BLAZED dès son lancement, attirer un trafic qualifié et assurer une conversion optimale vers l'application.

STRATÉGIE SEA ET SMO

STRATÉGIE D'ACQUISITION PAYANTE POUR BLAZED

BLAZED étant une nouvelle marque sur un marché compétitif, une stratégie d'acquisition payante est essentielle pour accélérer la visibilité et la conversion. Étant donné que la plateforme repose sur une landing page unique sans blog, il est crucial d'optimiser chaque euro investi.

OBJECTIF :

Cibler précisément les freelances et les entreprises à la recherche de talents en combinant Google Ads (SEA) et la publicité sociale (SMO) sur LinkedIn et Meta (Instagram).

Le budget global envisagé est de **700 à 1 200 €** par mois au lancement, avec des ajustements en fonction du coût d'acquisition. L'objectif est de maximiser le taux de conversion et de minimiser le coût par inscription.

SEA – Google Ads (Budget estimé : 300 – 500 €/mois)

Google Ads permet d'attirer un trafic qualifié en ciblant les utilisateurs en phase de recherche active, notamment ceux qui recherchent des plateformes freelances, des missions ou des talents. L'investissement sera optimisé en privilégiant le Search Ads et le Retargeting plutôt que des campagnes Display ou YouTube, qui sont plus coûteuses et moins adaptées à une conversion rapide.

L'accent sera mis sur des campagnes hautement ciblées avec des mots-clés transactionnels qui correspondent aux requêtes directes des utilisateurs cherchant une plateforme. Le budget sera réparti entre des campagnes Google Search Ads sur les requêtes à forte intention de conversion et du retargeting dynamique pour réengager les visiteurs qui n'ont pas téléchargé l'application après leur première visite.

Les annonces seront rédigées pour mettre en avant la simplicité, la rapidité et la flexibilité de la plateforme. Elles incluront un CTA direct comme "Inscrivez-vous gratuitement et trouvez vos premières missions" ou "Découvrez les meilleurs freelances dès maintenant". Pour maximiser la rentabilité du budget, des ajustements seront réalisés en continu en fonction des CTR et du coût par conversion.

Le coût par clic moyen (CPC) sur le marché du freelancing est généralement compris entre 1,50 et 3,50 € en fonction de la concurrence et de la qualité des annonces. Un CPC inférieur à 2,50 € sera visé en optimisant les enchères et en ajustant le ciblage.

La répartition budgétaire pour Google Ads se fera en deux axes :

CAMPAGNES SEARCH ADS (250 – 400 €/MOIS) :

Ciblage sur des requêtes transactionnelles comme trouver un freelance spécialisé ou missions freelance bien payées.

CAMPAGNES DE RETARGETING (50 – 100 €/MOIS) :

Reciblage des visiteurs qui n'ont pas encore téléchargé l'application, avec un CPC inférieur à 1,50 € en moyenne.

Stratégie de Retargeting

- Reciblage des visiteurs qui ont quitté la landing page sans s'inscrire.
- Objectif : ramener ces visiteurs avec un CPC plus faible (1,50 € en moyenne).
- Utilisation d'annonces avec un message de réassurance : "Ne passez pas à côté de votre prochaine mission freelance".

SMO – LinkedIn Ads (Budget estimé : 200 – 400 €/mois)

LinkedIn Ads est un levier stratégique pour toucher les entreprises qui recrutent des freelances, en particulier les startups, PME et agences qui ont besoin de talents rapidement. Contrairement à Meta Ads, LinkedIn permet un ciblage très précis en fonction des fonctions professionnelles, des secteurs d'activité et de la taille des entreprises, ce qui garantit un retour sur investissement plus intéressant malgré un coût par clic plus élevé.

L'OBJECTIF :

Sera de capter des entreprises en phase de besoin immédiat en mettant en avant la rapidité et la fiabilité de BLAZED. Le format privilégié sera les Sponsored Content et les Message Ads, envoyés directement aux décideurs (CEO, Head of HR, Project Managers) avec un message clair sur la valeur ajoutée de la plateforme. Un budget modéré sera alloué à des campagnes retargeting pour recibler les entreprises ayant visité la landing page sans finaliser une inscription.

Le CPC moyen sur LinkedIn est plus élevé que sur Google ou Meta, entre 4,50 et 9 € selon le niveau de ciblage. En raison de ce coût important, une approche très ciblée est privilégiée.

- **Sponsored Content (150 – 300 €/mois) :** format visuel avec des annonces mettant en avant la rapidité et la flexibilité de BLAZED.
- **Message Ads (50 – 100 €/mois) :** envoi direct à des décideurs (CEO, Head of HR, Project Managers) avec un coût par message ouvert entre 0,50 et 1,50 €.

Les campagnes retargeting viseront les entreprises ayant visité la landing page sans s'inscrire, avec un CPC estimé autour de 4 €.

SMO – Meta Ads Instagram (Budget estimé : 200 – 300 €/mois)

Les freelances étant massivement présents sur **Instagram**, cette plateformes sera utilisée pour générer de l'engagement et des inscriptions. L'approche différera de LinkedIn en misant sur **du contenu plus visuel et interactif**. L'accent sera mis sur des formats **vidéo courtes, stories et carrousels** expliquant le fonctionnement de BLAZED et mettant en avant des témoignages.

LES CAMPAGNES META ADS

Cibleront les freelances en quête de missions et d'une communauté professionnelle, avec un message axé sur la liberté, la simplicité et les opportunités offertes par la plateforme. Le Lookalike Audience sera utilisé pour toucher un public similaire à ceux ayant déjà interagi avec la landing page ou l'application. Des campagnes de retargeting seront mises en place pour inciter les visiteurs à finaliser leur inscription.

INSTAGRAM ADS

Sera également utilisé pour toucher les entreprises, car sans elles, il n'y a pas de missions pour les freelances. Une partie du budget sera donc consacrée aux campagnes visant les entrepreneurs, recruteurs et chefs de projets, en mettant en avant la simplicité du recrutement sur BLAZED. Le message insistera sur le gain de temps, la flexibilité et la garantie de travailler avec des talents qualifiés.

Le CPC moyen sur Instagram Ads varie entre 0,70 et 1,50 €, ce qui permet d'optimiser le budget tout en atteignant une large audience.

- **Campagnes d'acquisition (150 – 250 €/mois) :** vidéos courtes, stories et carrousels expliquant le fonctionnement de BLAZED.
- **Retargeting (50 – 100 €/mois) :** reciblage des freelances ayant visité la landing page avec un CPC réduit à environ 0,80 €.

Cette stratégie repose sur une gestion rigoureuse du budget, en allouant les ressources principalement aux campagnes Search Ads sur Google, aux LinkedIn Ads pour les entreprises et aux Meta Ads pour engager les freelances. Des ajustements seront réalisés en continu en fonction des performances, avec un focus sur la rentabilité et l'optimisation du coût d'acquisition.

Synthèse budgétaire et ajustements

L'ensemble de cette stratégie repose sur une gestion rigoureuse du budget, avec une répartition optimisée :

- **Google Ads : 300 – 500 €/mois** (focus Search + retargeting)
- **LinkedIn Ads : 200 – 400 €/mois** (focus B2B)
- **Instagram Ads : 200 – 300 €/mois** (focus freelances et entreprises)

L'investissement initial de **700 à 1 200 €/mois** sera ajusté en fonction des performances, avec un objectif de coût par inscription compris entre **10 et 25 €** en fonction des canaux. Des optimisations régulières seront faites pour réduire ce coût et augmenter le taux de conversion.

Lors du lancement de BLAZED, le budget publicitaire sera limité, mais l'objectif est de consacrer le maximum possible dès le début afin de générer un fort impact initial, capter rapidement des utilisateurs et asseoir la notoriété de la plateforme. Cette phase d'investissement intensif permettra d'obtenir une base solide de freelances et d'entreprises, essentielle pour assurer la dynamique de matching sur la plateforme.

Une fois ce premier cap franchi, le budget publicitaire sera progressivement réduit et optimisé, afin de concentrer les ressources sur d'autres leviers stratégiques comme l'amélioration de l'expérience utilisateur, la fidélisation et le développement de nouvelles fonctionnalités.

STRATÉGIE PRINT POUR BLAZED

IMPACT PHYSIQUE DANS UN UNIVERS DIGITAL 🔥

BLAZED étant une plateforme digitale, j'adopte une approche print stratégique et parfaitement cohérente avec son ADN. Hors de question de tomber dans une logique traditionnelle avec du papier distribué au hasard : chaque support imprimé que je conçois doit être un levier puissant et ciblé, pensé pour renforcer le branding et booster la conversion vers le digital.

1. OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE PRINT

- **Créer un pont entre le physique et le digital :** Chaque support doit inciter à l'action en ligne (QR code, CTA clair vers la landing page ou l'application).
- **Cibler précisément les freelances et entreprises :** Pas de distribution de masse. On doit être présents dans des lieux et événements stratégiques.

Générer un effet waouh et une mémorabilité forte : Un print classique, c'est du gaspillage. Il faut des formats impactants, originaux, interactifs.

2. Supports print recommandés

CARTES NFC & QR CODES (LE PRINT SMART)

- **Exit les cartes de visite classiques.** BLAZED doit miser sur des cartes NFC ou QR codes intégrés qui redirigent directement vers l'application ou une offre exclusive.
- **Pour les entreprises :** Une carte NFC avec un accès direct à une démonstration privée ou un onboarding accéléré.
- **Pour les freelances :** Un QR code qui débloque un bonus d'inscription, un essai gratuit du plan premium ou une mise en avant sur la plateforme.
- **Format premium :** Métallisé, noir mat avec finition dorée (style mystérieux, pro & digital).

MINI-MAGAZINE / BROCHURE INTERACTIVE (LE PRINT EXPÉRIENTIEL) 🔥

Plutôt qu'un flyer jetable, un magazine ultra-visuel et court (4 à 8 pages max) à diffuser dans des incubateurs, espaces de coworking, événements tech et freelancing.

- **Format ultra-visuel, immersif, type manifesto**
- **Pages avec des témoignages, des chiffres-clés sur le freelancing et des QR codes cliquables pour accéder à du contenu exclusif**
- **Un design sombre, épuré, impactant, avec des visuels forts et un ton disruptif, pas corporate chiant**
- **Diffusion uniquement dans des lieux ciblés, pas en masse.**

GOODIES UTILES & PREMIUM (LE PRINT COLLECTOR) 🔮

Le but n'est pas de distribuer du cheap, mais d'avoir des objets utiles qui rappellent BLAZED et incitent à l'action.

- **Carnets haut de gamme** (format bullet journal) avec des pages dédiées à la gestion des missions freelance + QR vers la plateforme
- **Stickers premium & holographiques** à poser sur les laptops, inspirant la culture digitale et freelancing
- **Posters ou affiches inspirantes** pour les espaces de coworking avec des citations puissantes sur le freelancing & l'indépendance financière

3. Stratégie de diffusion print

ÉVÉNEMENTS & CONFÉRENCES

On ne distribue pas du print n'importe où. BLAZED doit être présent dans des événements où les freelances et entreprises viennent chercher des solutions.

- **Salons pro & tech** (VivaTech, Web Summit, BIG de Bpifrance, France Digitale Day)
- **Événements freelances & entrepreneuriat** (Freelance Fair, Meetups startup, hackathons)
- **Conférences et workshops** dans des espaces de coworking
- **Diffusion ciblée :** On laisse des supports uniquement sur des stands partenaires ou via des interventions directes.

PARTENARIATS AVEC DES ESPACES DE COWORKING & INCUBATEURS

Les freelances et startups bossent dans ces lieux. BLAZED doit être ancré dans leur quotidien.

- **Mini-magazines et carnets** disponibles en libre accès
- **Affiches et stickers** dans les bureaux partagés
- **Cartes NFC** sur les comptoirs des espaces de coworking

STRATÉGIE PRINT X DIGITAL (TRACKING & DATA)

Le print doit être mesurable, donc chaque support doit renvoyer vers une URL trackée ou une campagne spécifique.

- **QR codes dynamiques** qui changent en fonction des campagnes
- **Pages de destination spécifiques** pour mesurer l'impact des supports print
- **Offres exclusives débloquées via print**, avec un tracking précis du taux de conversion

4. Synthèse & cohérence avec le digital

BLAZED étant une plateforme digitale, le print n'est pas un canal de masse mais un levier ciblé et premium.

- **On ne fait pas de distribution large, uniquement du placement stratégique** (événements, coworking, partenaires).
- **Tous les supports print doivent être connectés au digital** (QR codes, NFC, tracking des conversions).
- **On mise sur la qualité et l'impact plutôt que la quantité** (supports premium, format disruptif).

BLAZED NE S'IMPRIME PAS PARTOUT,
IL S'IMPRIME LÀ OÙ ÇA COMPTE. 🔥

ÉVÉNEMENT DE LANCEMENT

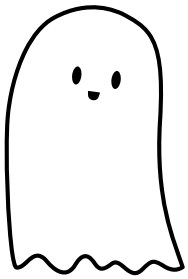
BLAZED – LIVE REVEAL 🔥

CONCEPT : "🔥 THE BLAZED REVEAL" – LIVE INTERACTIF

Un live exclusif diffusé en simultané sur LinkedIn, YouTube et Twitch où l'on présente officiellement BLAZED et impliquons directement les participants.

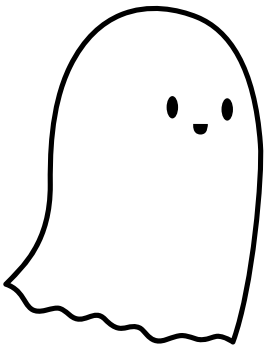
Créer une première communauté engagée en captant des leads (emails) dès le lancement pour une stratégie de retargeting efficace le mois suivant

💡 Déroulé du live (Durée : 45 min - 1h)



🔥 INTRODUCTION ET REVEAL DE BLAZED

- Présentation du concept
- Ce que BLAZED change dans le freelancing
- Démo rapide de l'application



👀 PARTICIPATION DES SPECTATEURS & COLLECTE D'EMAILS

- **Mini-défi en direct ("Pitch ton activité")** → les 5 réponses les plus impactante e punchy gagnent un accès early à du contenu exclusif
- **Sondage live** (forms) ("Quels sont vos plus gros défis en freelancing ?") pour orienter la stratégie de contenu
- **Jeu de rapidité** ("Les 50 premiers inscrits gagnent un bonus d'inscription") → redirige vers une landing dédiée à la collecte des mails

🚀 CALL TO ACTION & TEASING DE LA SUITE

- Inscription immédiate sur BLAZED
- Annonce du prochain grand événement digital du mois 2
- Invitation à rejoindre la communauté Discord

PHASE DE PRÉ-LANCEMENT (M-1 AVANT LE LIVE REVEAL)

SEMAINE	OBJECTIF	ACTIONS & FORMATS	PLATEFORMES
Semaine -4	Curiosité & Teasing	🎬 Vidéo "🔥 BLAZED arrive" : teaser mystique avec flammes, éléments cryptiques freelancing 📢 Visuels intrigants sur Insta & TikTok (ex. symboles mystiques, références au freelancing) 🤯 Mini-quiz stories : "C'est quoi ton niveau freelance ?" pour engager & teaser	Instagram, TikTok, LinkedIn, Discord
Semaine -3	Annonce officielle du Live Reveal	🔥 Vidéo "L'Initié commence" : annonce du live interactif + teasing du programme 🎙️ Post LinkedIn & carrousel Instagram expliquant les bénéfices d'être un early adopter de BLAZED 💬 Ouverture des inscriptions au Live Reveal via landing page avec CTA fortAppel) l'action entreprise	Instagram, LinkedIn, YouTube Shorts, TikTok
Semaine -2	Activation des pré-inscriptions & engagement communautaire	📩 Email "🔥 Prêt à entrer dans l'arène ?" (base de donnée) : accès early à ceux qui s'inscrivent en premier 🎞️ Reels & TikTok expliquant les bénéfices et surprises du Live Reveal (ex : bonus pour les premiers inscrits) 🤯 Lives FAQ sur Discord & LinkedIn pour répondre aux interrogations et collecter des premiers leads	Newsletter, Instagram, TikTok, LinkedIn, Discord
Semaine -1	Création du buzz final & J-7	🚀 Mise en avant des premiers inscrits 🎯 Défi Insta & TikTok : "Montre ton setup freelance avec #BlazedReady" (participation via stories et posts)LinkedIn : relance appel à l'action entreprise	Instagram, TikTok, Twitch, LinkedIn

🔥 Jour J – LIVE REVEAL "The Blazed Awakening"

OBJECTIF	Actions & Formats	Plateformes
🚀 L'Ascension commence !	🎤 Live Reveal (Présentation de BLAZED, démo, jeu interactif pour capturer les emails, participation live des freelances & Q&A) 🔥 "Niveau 1 Débloqué" : CTA massif vers l'inscription immédiate 🎞️ Stories + Reels des freelances qui montent dans l'univers BLAZED	Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube, Twitch

PHASE DE RETARGETING (M+1 APRÈS LE LIVE REVEAL)

SEMAINE	OBJECTIF	ACTIONS & FORMATS	PLATEFORMES
Semaine +1	Convertir les leads du live en utilisateurs	📩 Email exclusif avec offre spéciale pour les participants 🎞️ Reels & Shorts avec les meilleurs moments du live 📢 Posts LinkedIn & Insta : "Pourquoi rejoindre BLAZED ?"	Emailing, Instagram, LinkedIn, YouTube Shorts
Semaine +2	Cibler ceux qui n'ont pas encore rejoint BLAZED	🔄 Retargeting Ads sur Meta et LinkedIn pour toucher ceux qui ont interagi avec le live 📩 Email "🔥 Dernière chance d'accéder à notre bonus early adopters"	Meta Ads, LinkedIn Ads, Emailing
Semaine +3	Créer un rendez-vous communautaire	🏆 Premier événement exclusif sur Discord : "Freelance Secrets AMA" 🎤 Live Q&A avec des freelances qui ont déjà trouvé une mission via BLAZED	Discord, Twitch, LinkedIn
Semaine +4	Renforcer la fidélisation & engagement	🚀 Email sortie de blazed prospect + plan des événements à venir 🎞️ Vidéo teasing du prochain grand événement 📢 Challenge communautaire sur Insta & TikTok : "Raconte ta première expérience sur BLAZED"	Newsletter, Instagram, TikTok

🔗 Pourquoi cette stratégie fonctionne ?

✅ **Facile à exécuter :** un seul live bien orchestré, une campagne de teasing simple mais impactante.

✅ **Capture massive d'emails** pour maximiser le retargeting et la conversion post-lancement.

✅ Engagement progressif sur un mois pour **créer une vraie communauté dès le départ.**

✅ **Formats adaptés aux plateformes et à l'audience** (LinkedIn = crédibilité, TikTok/Insta = viralité, Discord = fidélisation).

✅ **Approche gamifiée pour donner un côté exclusif et participatif** à la montée en puissance de BLAZED.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION POST-LANCEMENT – MOIS 2 DE BLAZED

OBJECTIF PRINCIPAL :

Transformer l'attention du lancement en engagement durable et en conversions réelles.

Après l'excitation du Live Reveal, il faut maintenir la traction avec un mois de consolidation stratégique, différent d'un mois classique. Ce plan se concentre sur trois axes :

1. Convertir les leads générés lors du lancement (mails collectés, participants du live, visiteurs du site)
2. Animer la communauté naissante et solidifier l'engagement
3. Optimiser la conversion et la rétention via des contenus stratégiques

💡 Différences avec une stratégie de communication d'un mois classique

ÉLÉMENTS	MOIS 2 (POST-LANCEMENT)	MOIS TYPE NORMAL
Objectif principal	Convertir les leads du lancement et solidifier l'engagement	Maintenir l'audience et attirer de nouveaux utilisateurs
Focus	Preuve sociale (témoignages, chiffres, UGC), retargeting & fidélisation	Engagement constant et croissance organique
Fréquence de contenu	Plus élevée pour relancer l'intérêt	Cadence plus stable et équilibrée
Format dominant	Contenu transactionnel (preuve sociale, call-to-action direct)	Contenu éducatif, branding et storytelling
Type d'événement	AMA, Q&A, onboarding communautaire	Masterclass, défis et networking
Publicité & acquisition	Retargeting agressif sur les leads du mois 1	Stratégie d'acquisition organique et ads classiques

Pourquoi cette stratégie fonctionne ?

✅ **Exploitation maximale des leads du mois 1 :** pas question de les laisser refroidir, chaque interaction est relancée stratégiquement.

✅ **Renforcement de la preuve sociale :** mettre en avant ceux qui ont déjà trouvé une mission sur BLAZED renforce la crédibilité.

✅ **Événements interactifs pour créer un ancrage émotionnel :** AMA et Q&A = opportunité de montrer une vraie proximité avec la communauté.

✅ **Publicité ultra-ciblée :** on ne cherche plus un max de visibilité, mais à convertir ceux qui ont déjà interagi avec nous.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION D'UN MOIS TYPE M+2

PLATEFORME	FORMATS (NOMS & CONCEPT)	FRÉQUENCE	HEURES OPTIMALES
Instagram	🔥 Blazed stories (stories engageantes et teasers exclusifs) 📜 Freelance Chronicles (témoignages et success stories) 🎭 The Hustle Reel (Reels funs et réalistes sur la vie freelance) 🎨 Swipe & Learn (carrousels éducatifs sur freelancing & business)	2 posts/semaine	12h-14h / 18h-21h
LinkedIn	🏆 Blazed Insights (études de cas, tips experts, veille freelancing) 🔥 Freelance Radar (zoom sur des tendances et innovations freelancing) 💬 Client X Freelance Talks (interviews et best practices du marché)	2 posts/semaine	8h-10h / 17h-19h
TikTok	🎭 **Freelance Reality Check** (sketchs et anecdotes freelances) 🚀 **Hack ta Mission** (conseils actionnables en 30s) 🎤 **Blazed Challenge** (défis et trends adaptés aux freelances)	2 posts/semaine	17h-22h
YouTube	🎙️ Blazed Talks (discussions avec freelances, CEO et experts du secteur) 💡 Masterclass Express (guides stratégiques pour freelances et recruteurs) 🎞️ Freelance Unfiltered (docu-format sur la réalité du freelancing)	1 vidéo par mois	18h-21h
Twitch	🔥 The Blazed Show (talk-show interactif sur le freelancing) 🛠️ Freelance Lab (tests d'outils en live avec retours d'expérience) 🎯 Live Consulting (feedback en direct sur les profils freelances des abonnés)	1 live tous les mois	20h-22h
Discord	🗣️ Blazed Open Mic (salon vocal où freelances et entreprises discutent en live) 🎭 The Freelance Arena (défis hebdo entre freelances, avec duels de compétences) 💬 Mentor's Lounge (sessions coaching express par des experts de la plateforme)	Animé en continu	18h-00h
Newsletter	📩 Blazed Insider (veille, missions, et outils pour freelances & recruteurs) 🚀 Boost ton Business (conseils et growth hacks freelancing exclusifs) ⭐ Talent Spotlight (mise en avant d'un freelance de la communauté)	2 par mois	9h-11h

3. EVÉNEMENTS DIGITAUX MENSUELS

MOIS	NOM DE L'ÉVÉNEMENT	CONCEPT	PLATEFORMES
Mois 2	🔥 Freelance Battle Royale	Challenge en équipe pour résoudre un brief freelance en 24h	Discord, Twitch, Instagram
Mois 3	Hack ton Freelancing	Workshop interactif avec experts freelancing (tarifs, négociation, branding)	LinkedIn Live, YouTube
Mois 4	💰 The Pricing Game	Simulateur live pour apprendre à fixer son TJM avec conseils d'experts	Twitch, YouTube, LinkedIn
Mois 5	🌀 Creative Jam Session	Concours live de création (design, copywriting, vidéo) avec récompenses	Instagram, TikTok, Twitch
Mois 6	🤝 Business Speed Dating	Matchmaking en live entre freelances et entreprises	Discord, LinkedIn, YouTube
Mois 7	🎙️ Freelance Confessions	Table ronde sur les plus grosses galères freelances avec invités VIP	YouTube, Twitch
Mois 8	🔮 Future of Freelancing	Discussion autour des tendances freelancing avec experts tech	LinkedIn Live, YouTube
Mois 9	📈 Growth Hacking Freelance	Session stratégique sur comment scaler son activité freelance	Twitch, LinkedIn
Mois 10	🛠️ Outils Ultimes du Freelance	Démo et test en live des meilleurs outils de productivité	YouTube, Discord
Mois 11	🔥 The Blazed Awards	Récompense des meilleurs freelances & clients de l'année	Instagram, LinkedIn, YouTube
Mois 12	🚀 2026 : Objectifs & Vision Freelance	Table ronde sur les perspectives freelancing pour l'année suivante	Twitch, LinkedIn, Newsletter

📲 PLANNING INSTAGRAM, TIKTOK & LINKEDIN (21 AVRIL - 17 MAI 2025)

DATE	PLATEFORME	FORMAT & THÈME	DÉTAILS DU CONTENU	HEURE DE PUBLICATION
Lundi 21 avril	Instagram	🎬 Teaser Vidéo : "🔥 BLAZED arrive"	Vidéo avec effet glitch, flammes et symboles mystiques, texte court "Freelancers, something is coming..."	12h
Lundi 21 avril	TikTok	🎬 Vidéo impactante : "🔥 BLAZED arrive"	Montage rapide, musique percutante, extraits du monde freelance et teasing visuel sans explication	18h
Lundi 21 avril	LinkedIn	🎬 Vidéo : "🔥 BLAZED arrive"	Something is coming just for you.... Vidéo engageante pour les professionnels	18h
Mardi 22 avril	LinkedIn	📢 Carrousel : "Freelancing, un game à repenser ?"	Infographie sur les défis freelancing + teasing "et si une nouvelle plateforme changeait tout ?"	9h
Mercredi 23 avril	Instagram Stories	🫧 Mini-quiz stories : "C'est quoi ton niveau freelance ?"	Format interactif avec différents profils freelances (rookie, challenger, expert)	19h
Mercredi 23 avril	TikTok	🎞️ Vidéo interactive : "C'est quoi ton niveau freelance ?"	Format où le spectateur "choisit" son niveau en fonction de différents scénarios	17h
Jeudi 24 avril	LinkedIn	🎙️ Post "Les 3 problèmes majeurs du freelancing aujourd'hui"	Post avec statistiques + CTA vers BLAZED	10h
Samedi 26 avril	Instagram	🔥 Collaboration avec des freelances	Story takeover avec un freelance teasing "Un truc énorme arrive pour nous"	12h
Samedi 26 avril	TikTok	🎬 Vidéo en duo avec influenceurs freelances	Challenge "Réagis si t'es freelance et que t'attends un vrai changement"	18h
Lundi 28 avril	LinkedIn, instagram et TikTok	📢 Annonce officielle du Live Reveal	Explication de l'événement + ouverture des inscriptions	10h
Mardi 29 avril	TikTok	🎞️ Vidéo courte : "Les galères freelances en 10s"	Sketch humoristique sur facturation et relation client	19h
Mercredi 30 avril	Instagram	🎤 Interview micro-trottoir : "Les pires expériences freelances"	Réels ou IGTV avec extraits d'interviews funs	20h
Vendredi 2 mai	LinkedIn	📢 Pourquoi les entreprises galèrent à recruter des freelances ?	Article détaillé + invitation au Live Reveal	9h
Vendredi 2 mai	Instagram	🚀 Vidéo "L'Initié commence"	Présentation rapide du Live Reveal + CTA inscription	18h
Samedi 3 mai	TikTok	🎤 Vidéo format POV : "Quand t'apprends qu'une nouvelle plateforme arrive"	Trend POV où le personnage reçoit une annonce mystérieuse	20h
Lundi 5 mai	LinkedIn	🎙️ Post "Pourquoi les freelances quittent les plateformes traditionnelles ?"	Décryptage + insights	10h
Mardi 6 mai	Instagram	🫧 Défi stories : "Décris ton métier freelance en 3 mots"	Réponses en stories, reposts des plus créatifs	14h
Mardi 6 mai	TikTok	🎞️ Vidéo interactive : "3 mots pour résumer ta vie de freelance"	Format avec montage rapide	16h
Mercredi 7 mai	LinkedIn	📢 5 chiffres qui montrent que le freelancing est l'avenir du travail	Infographie engageante	9h
Jeudi 8 mai	Instagram	🔥 Vidéo "Pourquoi BLAZED va changer la donne"	Présentation du concept en 30s avec visuels impactants	17h
Jeudi 8 mai	TikTok	🎞️ Vidéo "Imagine une plateforme qui te comprend"	Format cinématique avec storytelling immersif	20h
Lundi 12 mai	Instagram, TikTok	📢 Défi Insta & TikTok : "Montre ton setup freelance avec #BlazedReady"	Participation via stories et posts	12h
Mardi 13 mai	LinkedIn	📢 Post "Les 5 raisons de rejoindre BLAZED"	Carrousel expliquant pourquoi la plateforme est innovante	10h
Jeudi 15 mai	TikTok	🎞️ Vidéo countdown J-3 avant le live	Musique percutante, FOMO activée	20h
Vendredi 16 mai	Instagram	🎞️ Vidéo countdown J-2 avant le live	Effets visuels + CTA inscription Live Reveal	18h
Samedi 17 mai	TikTok	🎞️ Vidéo ultra dynamique : "Demain, ça commence"	Montage rapide, FOMO max	20h
Samedi 17 mai	Instagram	"J-1 avant BLAZED"	Dernière annonce avant le grand jour	12h
Samedi 17 mai	LinkedIn	🎙️ Post "Dernière chance pour entrer dans le game : LIVE REVEAL demain soir !"	CTA final vers inscription	9h

📹 PLANNING TWITCH, YOUTUBE, NEWSLETTER & DISCORD

(17 MARS - 14 AVRIL 2025)

DATE	PLATEFORME	FORMAT & THÈME	DÉTAILS DU CONTENU	HEURE DE PUBLICATION
Mardi 15 avril	Discord	💬 Ouverture des salons "L'Initiation"	Lancement des salons #news, #missions, #questions-freelance et #pré-lancement	20h
Mercredi 1§ avril	Newsletter	📩"🔥 Tu es prêt à entrer dans l'arène ?"	Teasing du Live Reveal, premiers indices sur BLAZED, CTA vers l'inscription	9h
Dimanche 20 avril	Twitch	🎙️ Live Talk "Les défis du freelancing en 2025"	Débat interactif avec des invités freelances influents. Q&A + teasing du Live Reveal	21h
Mardi 22 avril	YouTube	🎞️ Vidéo "Le futur du freelancing ?"	Décryptage du freelancing actuel + teasing de BLAZED (animation dynamique & storytelling)	18h
Mercredi 23 avril	Discord	🏆 Jeu interactif "C'est quoi ton job freelance ?"	Test interactif, chaque profil obtient une réponse et un badge spécial sur Discord	19h
samedi 26 avril	Newsletter	📩"🔥 Réserve ta place pour le Live Reveal !"	Contenu exclusif + CTA vers l'inscription prioritaire	10h
Lundi 28 avril	Twitch	🎙️ AMA "Pourquoi les plateformes freelances doivent changer"	Session interactive où les users posent leurs questions	21h
Vendredi 2 mai	Newsletter	📩"🔥 Dernière chance d'être dans la première vague"	Dernière opportunité pour s'inscrire au Live Reveal	9h
Dimanche 4 mai	Discord	🚀 Session exclusive "Prépare-toi pour l'ascension"	Discussion vocale avec teasing du reveal	20h
Mardi 6 mai	YouTube Shorts	🎞️ Vidéo countdown - 3 jours avant le reveal	Dernière ligne droite, explication de ce qui va se passer	18h

📲 PLANNING INSTAGRAM, TIKTOK & LINKEDIN (18 MAI - 14 JUIN 2025)

DATE	PLATEFORME	FORMAT & THÈME	DÉTAILS DU CONTENU	HEURE DE PUBLICATION
Dimanche 18 mai	Instagram Stories	🔥 "The Blazed Awakening" (LIVE REVEAL)	Derniers rappels sur les stories & post feed, redirection vers le live	12h
Dimanche 18 mai	TikTok	🎞️ Vidéo teaser "C'est parti ! 🚀"	Montage ultra rapide des meilleurs teasers avec CTA vers le Live Reveal	14h
Mardi 20 mai	LinkedIn	📢 "Ils étaient là hier, et vous ?"	Post récap du live + invitation à tester BLAZED	9h
Mercredi 21 mai	Instagram	🪄 "Pourquoi rejoindre BLAZED ?"	Carrousel informatif	18h
Jeudi 22 mai	TikTok	🎞️ "J'ai testé BLAZED en early access, voilà ce que j'en pense"	Vidéo UGC mise en avant	19h
Vendredi 23 mai	LinkedIn	📊 "Les premiers chiffres BLAZED"	Résultats chiffrés du lancement	9h
Samedi 24 mai	Instagram	📢 "Comment trouver sa première mission sur BLAZED"	Tutoriel simplifié	12h
Dimanche 25 mai	TikTok	🎞️ "Freelance vs Entreprise : qui trouve plus vite ?"	Challenge comparatif mise en avant	20h
Lundi 26 mai	LinkedIn	🎙️ "Ce que les entreprises pensent de BLAZED"	Mise en avant des premiers retours B2B	9h
Mardi 27 mai	Instagram	🎯 "Défi Insta : montre ta première prise en main de BLAZED"	Participation stories & feed	12h
Mercredi 28 mai	TikTok	🪄 "Challenge : Freelances, quel est votre tarif horaire ?"	Contenu interactif avec questions en vidéo	18h
Jeudi 29 mai	LinkedIn	📊 "Freelance ou salarié : les tendances 2025"	Infographie et insights	10h
Vendredi 30 mai	Instagram	🎬 "Les coulisses de BLAZED"	Vidéo storytelling sur l'équipe et les valeurs	17h
Samedi 31 mai	TikTok	🎞️ "Les 3 types de freelances sur BLAZED"	Vidéo humour sur les profils	19h
Lundi 2 juin	LinkedIn	🎙️ "Les erreurs à éviter quand on recrute un freelance"	Post détaillé sur les bonnes pratiques	10h
Mardi 3 juin	Instagram	📊 "Top 3 des secteurs qui recrutent des freelances en 2025"	Post informatif avec CTA vers BLAZED	12h
Mercredi 4 juin	TikTok	🎞️ "Ce que j'aurais aimé savoir avant de devenir freelance"	Témoignage fun & éducatif	18h
Jeudi 5 juin	LinkedIn	📢 "5 astuces pour optimiser la gestion de ses freelances"	Conseils pour entreprises	10h
Vendredi 6 juin	Instagram	🪄 "Inside BLAZED : comment fonctionne l'algorithme de matching ?"	Carrousel explicatif	12h
Samedi 7 juin	TikTok	🎞️ "Les clients toxiques en freelance"	Vidéo humour inspirée d'anecdotes réelles	19h
Lundi 9 juin	LinkedIn	📊 "Le freelancing en chiffres : qui sont les freelances aujourd'hui ?"	Étude de cas détaillée	10h
Mardi 10 juin	Instagram	🎯 "Les missions les plus rentables pour les freelances en 2025"	Post engagement avec CTA	12h
Mercredi 11 juin	TikTok	🎞️ "Ton premier jour en freelance vs 1 an après"	Challenge interactif	18h
Jeudi 12 juin	LinkedIn	🎙️ "Comment choisir le bon freelance pour son projet ?"	Guide détaillé pour les entreprises	10h
Vendredi 13 juin	Instagram	🎞️ "Success Story : comment ce freelance a trouvé 3 missions en 1 mois"	Témoignage UGC	17h
Samedi 14 juin	TikTok	🪄 "Freelance : comment éviter les impayés ?"	Conseils pratiques	19h

📹 PLANNING TWITCH, YOUTUBE, NEWSLETTER & DISCORD

(18 MAI - 14 JUIN 2025)

DATE	PLATEFORME	FORMAT & THÈME	DÉTAILS DU CONTENU	HEURE DE PUBLICATION
Lundi 19 mai	Discord	💬 "Débrief du Live Reveal" – discussion ouverte	Premier échange avec la communauté, retour sur l'événement et réponse aux questions	20h
Mercredi 21 mai	Newsletter	📩 "🔥 L'aventure commence maintenant"	Mise en avant des premiers freelances & missions, CTA vers le tableau de bord BLAZED	9h
Mardi 27 mai	YouTube	🎞️ "Les coulisses de BLAZED : Comment on change le game ?"	Vidéo storytelling immersive sur la création de la plateforme et son impact	18h
Lundi 2 juin	Newsletter	📩 "🔥 Opportunités de la semaine : booste ton activité freelance"	Sélection de missions en cours + conseils stratégiques	10h
Mercredi 4 juin	Discord	💡 "Atelier sur les Tarifs Freelance" – session interactive	Discussion autour du pricing & stratégie tarifaire	20h
Vendredi 6 juin	YouTube	🎞️ "Comment réussir son premier mois sur BLAZED ?"	Vidéo conseils & témoignages des premiers freelances ayant décroché des missions	18h
Dimanche 8 juin	Twitch	🎙️ "Le vrai quotidien d'un freelance en 2025"	Débat interactif + retour d'expérience des utilisateurs BLAZED	21h
Mardi 10 juin	Discord	🎯 "Matchmaking B2B – Trouve ton premier client"	Connexion live entre freelances & entreprises sur Discord	19h

📲 PLANNING INSTAGRAM, TIKTOK & LINKEDIN (16 JUIN - 12 JUILLET 2025)

DATE	PLATEFORME	FORMAT & THÈME	DÉTAILS DU CONTENU	HEURE DE PUBLICATION
Lundi 16 juin	LinkedIn	🏆 Blazed Insights – Les 5 tendances freelancing en 2025	Étude de marché sur les évolutions du freelancing et leur impact sur les entreprises	9h
Mardi 17 juin	TikTok	🫠 Freelance Reality Check – "Client qui paie en retard vs Client idéal"	Sketch humoristique sur les types de clients freelances	18h
Mercredi 18 juin	Instagram	📒 Freelance Chronicles – "Comment Pierre utilise BLAZED au quotidien"	Témoignage en carrousel	12h
Jeudi 19 juin	LinkedIn	💬 Client X Freelance Talks – "Comment bien rédiger un brief freelance ?"	Guide détaillé avec template téléchargeable	10h
Vendredi 20 juin	TikTok	🚀 Hack ta Mission – "Les 3 erreurs qui empêchent de décrocher une mission"	Vidéo tips ultra rapide	19h
Lundi 23 juin	LinkedIn	🔥 Freelance Radar – "L'IA va-t-elle remplacer les freelances ?"	Décryptage des nouvelles tendances tech	9h
Mardi 24 juin	Instagram	🎨 Swipe & Learn – "Tout ce qu'il faut savoir sur les commissions "	Carrousel éducatif avec outils & exemples	12h
Mercredi 25 juin	TikTok	🫠 Freelance Reality Check – "Les réunions inutiles en freelance"	Sketch humoristique basé sur une trend	18h
Jeudi 26 juin	LinkedIn	🏆 Blazed Insights – "Comment trouver LE freelance de vos rêves"	Étude de cas avec insights chiffrés	10h
Vendredi 27 juin	Instagram	🔥 Blazed Stories – "Inside BLAZED : l'histoire d'un match parfait freelance-client"	Story interactive + témoignage utilisateur	17h
Samedi 28 juin	TikTok	🗡️ Blazed Challenge – "Ton premier deal en freelance"	Défi UGC invitant les freelances à partager leur premier contrat	20h
Lundi 30 juin	LinkedIn	💬 Client X Freelance Talks – "Comment bien communiquer avec son freelance ?"	Post éducatif avec check-list	9h
Mardi 1 juillet	Instagram	📒 Freelance Chronicles – "Comment Inès à designer la charte graphique de son client ?"	Vidéo	12h
Mercredi 2 juillet	TikTok	🫠 Freelance Reality Check – "Quand un client change d'avis 10 fois"	Vidéo humoristique avec format trend	18h
Jeudi 3 juillet	LinkedIn	🏆 Blazed Insights – "Les plateformes freelances sont-elles obsolètes ?"	Analyse des nouveaux modèles	10h
Vendredi 4 juillet	Instagram	🎨 Swipe & Learn – "Les 5 outils incontournables pour freelances"	Carrousel éducatif	12h
Samedi 5 juillet	TikTok	🚀 Hack ta Mission – "Comment optimiser son profil freelance ?"	Vidéo rapide avec exemple concret	19h
Lundi 7 juillet	LinkedIn	🔥 Freelance Radar – "Comment automatiser la gestion de son business freelance ?"	Explication des outils les plus performants	9h
Mardi 8 juillet	Instagram	📒 Freelance Chronicles – "La plus grosse erreur que j'ai faite en freelance"	Témoignage interactif avec appel aux commentaires	12h
Mercredi 9 juin	TikTok	🗡️ Blazed Challenge – "Le plus gros red flag d'un client freelance ?"	Défi interactif avec montage rapide	20h
Jeudi 10 juillet	LinkedIn	💬 Client X Freelance Talks – "Pourquoi recruter un freelance plutôt qu'un salarié ?"	Argumentaire détaillé avec exemples réels	10h
Vendredi 11 juillet	Instagram	🔥 Blazed Stories – "Les freelances du mois sur BLAZED"	Mise en avant des meilleurs profils de la communauté	17h
Samedi 12 juillet	TikTok	🚀 Hack ta Mission – "Les 3 soft skills indispensables en freelance"	Vidéo éducative rapide	19h

📹 PLANNING TWITCH, YOUTUBE, NEWSLETTER & DISCORD

(16 JUIN - 12 JUILLET 2025)

DATE	PLATEFORME	FORMAT & THÈME	DÉTAILS DU CONTENU	HEURE DE PUBLICATION
Lundi 16 juin	Discord	💬 Blazed Open Mic – "Bilan de la première vague de freelances sur BLAZED"	Discussion vocale interactive avec insights des premiers utilisateurs	20h
Mercredi 18 juin	Newsletter	📩 Blazed Insider – "🔥 Opportunités freelances & missions du mois"	Sélection des meilleures missions + insights exclusifs	9h
Dimanche 22 juin	Twitch	🎙️ The Blazed Show – "Freelance ou CDI : quel avenir pour le travail en 2025 ?"	Débat avec freelances, recruteurs et experts RH	21h
Mardi 24 juin	YouTube	🎞️ Freelance Unfiltered – "Une journée dans la vie d'un freelance sur BLAZED"	Docu-format immersif avec témoignages et coulisses	18h
Jeudi 26 juin	Discord	🎭 The Freelance Arena – "Challenge pricing : quel est ton TJM idéal ?"	Défi interactif où chaque freelance doit défendre son tarif	19h
Lundi 30 juin	Newsletter	🚀 Boost ton Business – "5 stratégies pour scaler son activité freelance"	Guide exclusif avec méthodes et études de cas	10h
Mercredi 2 juillet	Discord	💬 Mentor's Lounge – "Comment négocier un contrat freelance ?"	Coaching express avec un expert juridique	20h
Jeudi 3 juillet	Discord, Twitch	🔥 Freelance Battle Royale	Challenge en équipe pour résoudre un brief freelance en 24h	9h/18h
Vendredi 4 juillet	YouTube	💡 Masterclass Express – "Les 7 erreurs qui tuent ta visibilité en freelance"	Vidéo conseil avec stratégies d'optimisation	18h
Mardi 8 juillet	Discord	🎭 The Freelance Arena – "Duel de pitchs : qui sait mieux vendre son service ?"	Challenge en 1v1, la communauté vote pour le meilleur pitch	19h
Jeudi 10 juillet	Newsletter	⭐ Talent Spotlight – "Ce freelance a généré 10K€ en un mois : voici comment"	Mise en avant d'un freelance avec étude de cas détaillée	9h
Samedi 12 juillet	Discord	🗣️ Blazed Open Mic – "Le futur de BLAZED : que voulez-vous voir ?"	Session brainstorming avec la communauté pour améliorer la plateforme	18h

TIMELINE

1

Début

FÉVRIER - MARS 2025

STRATÉGIE & PRÉPARATION

✅ Structuration de la stratégie globale (SEO, SEA, Social Media, Print, Événements)

✅ Création du branding & des éléments visuels (logo, couleurs, assets pour les réseaux sociaux)

✅ Mise en place des outils SEO & SEA (étude des mots-clés, optimisation de la landing page, configuration des campagnes Google Ads et Meta Ads)

✅ Développement des plateformes digitales (site web, landing page, mise en place du tracking analytics)

✅ Début du référencement naturel (optimisation des contenus, backlinks stratégiques)

2

M-1

AVRIL - 2025

PHASE DE PRÉ-LANCEMENT

Semaine -4 : Curiosité & Teasing
- Premiers teasers vidéo sur Instagram, TikTok et LinkedIn (mystique, intrigant, symboles freelancing)
- Mini-quiz stories & interactions sur Instagram et TikTok
- Premiers posts éducatifs sur LinkedIn (état du marché du freelancing, teaser de la solution BLAZED)
- Mise en place des campagnes SEO (rich snippets, mots-clés stratégiques sur la landing page)

Semaine -3 : Annonce officielle du Live Reveal
- Vidéo “L’Initié commence” pour annoncer le Live Reveal
- Carrousel Instagram & LinkedIn expliquant les bénéfices d’être un early adopter
- Ouverture des inscriptions au Live Reveal avec CTA fort sur la landing page
- Début des campagnes SEA (Google Ads & Meta Ads ciblés freelances & entreprises)

Semaine -2 : Activation & Engagement Communautaire
- Premier emailing “🔥 Prêt à entrer dans l’arène ?” pour les premiers inscrits
- Reels & TikTok expliquant les bénéfices du Live Reveal
- Lives FAQ sur Discord & LinkedIn pour répondre aux questions
- Mise en avant des premiers freelances soutenant BLAZED
- Début du retargeting (Meta Ads & LinkedIn Ads sur visiteurs de la landing page)

Semaine -1 : Buzz final & J-7
- Mise en avant des premiers inscrits au Live Reveal
- Défi communautaire sur Insta & TikTok : “Montre ton setup freelance avec #BlazedReady”
- Live Twitch & YouTube Shorts “Pourquoi BLAZED va changer le game ?”
- LinkedIn : Dernier appel aux entreprises pour s’inscrire
- Boost des Ads pour maximiser les inscriptions au Live Reveal

3

Jour J

MAI - 2025

JOUR J : LIVE REVEAL

✅ Événement Digital en Live sur Twitch, YouTube & LinkedIn

✅ Annonce officielle du lancement BLAZED, démonstration live, témoignages et Q&A

✅ Mise en avant des premiers utilisateurs freelances & entreprises

✅ Déploiement des Ads orientées conversion (inscription & engagement plateforme)

4

M+1

MAI - JUIN 2025

CONVERSION & ENGAGEMENT

Objectifs :
- Transformer les leads en utilisateurs actifs
- Optimiser la rétention et l’engagement via social media & email marketing
- Valoriser les premiers succès pour maximiser la preuve sociale

Semaine +1 : Activation immédiate des nouveaux inscrits
- Récap du Live Reveal sur Instagram, TikTok & LinkedIn
- "🔥 L’aventure commence maintenant"
- Reels & TikTok sur les premières réussites freelances sur BLAZED
- Mise en avant des premiers freelances ayant décroché des missions

Semaine +2 : Engagement communautaire & réassurance
- Live Twitch & LinkedIn “Débrief du lancement et prochaines évolutions”
- Défis TikTok & Instagram pour booster l’UGC
- "🔥 Opportunités de la semaine : booste ton activité freelance"

Semaine +3 : Optimisation SEO & SEA
- Analyse des performances SEO & optimisation du contenu
- Campagne SEA orientée vers la conversion des nouveaux inscrits
- Acquisition de backlinks stratégiques via articles invités

Semaine +4 : Premiers événements freelances BLAZED
- Live 🎙️ "Le vrai quotidien d’un freelance en 2025"
- Blazed Challenge (TikTok & Insta) : Partage d’expériences sur la plateforme

5

M+2

JUILLET 2025

CROISSANCE & FIDÉLISATION

Objectifs :
- Développer la notoriété & l’acquisition de nouveaux utilisateurs
- Structurer la stratégie d’événements récurrents
- Consolider la communauté et stabiliser l’engagement

Semaine 5 : Acquisition & nouvelles campagnes Ads
- Scaling des campagnes SEA & Social Ads
- Affinage du retargeting basé sur les interactions utilisateurs

Semaine 6 : Développement de la notoriété
- Blazed Talks sur YouTube : Interviews de freelances et recruteurs
- Défis UGC récurrents sur Instagram & TikTok
- Blazed Insider – "🔥 Opportunités freelances & missions du mois"

Semaine 7 : Fidélisation & gamification
- Mise en place d’un système de gamification pour inciter à l’engagement
- Articles LinkedIn éducatifs sur la gestion des freelances pour les entreprises

Semaine 8 : Consolidation & planification M3
- Live bilan sur Twitch : retour des utilisateurs & vision pour les mois suivants
- Optimisation des Ads basées sur les meilleures performances des deux derniers mois
- Blazed Open Mic – "Le futur de BLAZED : que voulez-vous voir ?" sur Discord

STRATÉGIE KPI'S

📍 1. KPIS ACQUISITION (SEO, SEA, SOCIAL ADS & GROWTH)

📢 **Objectif : générer un trafic qualifié sur la landing page et convertir en inscriptions**

INDICATEUR	OBJECTIF CIBLE	OUTIL DE SUIVI
Trafic global sur la landing page	5 000 visites/mois dès M+2	Google Analytics
Taux de conversion visite → inscription	8% minimum	Google Analytics, CRM
Coût par clic (CPC) SEA	< 1,20€ sur Google Ads, < 0,80€ sur Meta Ads	Google Ads, Meta Ads
Coût par acquisition (CPA)	< 8€ par inscrit	Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads
CTR des annonces SEA & Social Ads	⩾ 2,5% Google Ads, ⩾ 3,5% Meta Ads	Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads
Taux d'ouverture des emails pré-lancement	> 35%	Mailchimp, Brevo
Taux de clics des emails (CTR)	> 8%	Mailchimp, Brevo

Optimisation prévue :

🔥 **SEO :** augmenter le maillage interne, création de backlinks qualifiés
🔥 **SEA :** A/B testing des annonces, affiner le ciblage (Lookalike Audience & retargeting)
🔥 **Emailing :** améliorer l'object et le contenu des emails en fonction des performances

📍 2. KPIS ENGAGEMENT & COMMUNAUTÉ (SOCIAL MEDIA & CONTENUS)

📢 **Objectif : créer une audience engagée et une marque forte sur les réseaux**

INDICATEUR	OBJECTIF CIBLE	OUTIL DE SUIVI
Taux d'engagement Instagram	⩾ 5%	Instagram Insights
Taux d'engagement TikTok	⩾ 7%	TikTok Analytics
Taux d'engagement LinkedIn	⩾ 4%	LinkedIn Analytics
Taux de participation aux défis Instagram & TikTok	200 participations par défi	Instagram & TikTok Insights
Nombre d'inscrits sur Discord	1 000 membres en M+2	Discord
Taux de rétention des membres Discord (activité à J+30)	⩾ 50%	Discord Analytics
Taux de participation aux Lives Twitch & YouTube	150 viewers minimum	Twitch & YouTube Studio

Optimisation prévue :

🔥 **Stratégie UGC & Challenges** : maximiser la création de contenu utilisateur via défis & récompenses
🔥 **Boost des posts performants** : investissement publicitaire sur les contenus avec fort engagement
🔥 **Engagement communauté** : mises en avant régulières des membres actifs (freelances & entreprises)

STRATÉGIE KPI'S

📍 3. KPIS CONVERSION & ACTIVATION (FREELANCES & ENTREPRISES)

📢 **Objectif : transformer les inscrits en utilisateurs actifs**

INDICATEUR	OBJECTIF CIBLE	OUTIL DE SUIVI
Nombre total d'inscriptions	5 000 inscrits à M+2	CRM BLAZED
% de freelances actifs (1ère mission signée sous 30 jours)	20% des inscrits freelances	CRM, Analytics internes
% d'entreprises actives (1ère mission publiée sous 30 jours)	15% des entreprises inscrites	CRM, Analytics internes
Taux de remplissage des profils freelances	80% des freelances complètent leur profil	CRM
Taux de remplissage des offres entreprises	70% des entreprises publient une mission	CRM
Taux de match (freelance ↔ entreprise)	40% des missions trouvent un freelance en < 7 jours	CRM

Optimisation prévue :

🔥 **Onboarding gamifié** : incentives et notifications pour pousser les nouveaux inscrits à finaliser leur profil
🔥 **Matching intelligent** : recommandations améliorées pour maximiser la connexion freelances ↔ entreprises
🔥 **Stratégie de contenu** : success stories et retours utilisateurs pour inciter les nouveaux arrivants à s'engager

📍 4. KPIS RÉTENTION & CROISSANCE

📢 **Objectif : fidéliser les utilisateurs pour assurer une croissance stable**

INDICATEUR	OBJECTIF CIBLE	OUTIL DE SUIVI
Taux de rétention à M+3 (freelances & entreprises)	≥ 40%	CRM, Retention Cohort Analysis
Nombre de missions postées par mois	500 missions à M+2	CRM
Nombre de missions acceptées par mois	350 missions à M+2	CRM
% de clients qui repostent une mission	60% des entreprises reviennent	CRM
Nombre d'abonnés premium (si modèle payant activé en M3)	500 abonnés premium	CRM, Stripe

Optimisation prévue :

🔥 **Programme de fidélisation** : Badges, rankings et système de points pour récompenser les freelances actifs
🔥 **Email nurturing** : Séquence automatisée pour inciter les entreprises à repostuler des missions
🔥 **Optimisation UX/UI** : Amélioration continue du parcours utilisateur pour réduire les frictions

STRATÉGIE KPI'S

🎈 5. KPIS FINANCIERS (RENTABILITÉ & MODÈLE ÉCONOMIQUE)

📢 **Objectif : assurer la rentabilité progressive tout en maximisant l'acquisition**

INDICATEUR	OBJECTIF CIBLE	OUTIL DE SUIVI
Coût d'acquisition utilisateur (CAC)	< 8€ par inscrit	Google Ads, Meta Ads
Revenu moyen par utilisateur (ARPU)	≥ 10€ (si modèle premium activé en M3)	Stripe, CRM
Coût total du marketing vs revenus générés	Ratio ≤ 60% en M+3	Budget interne

Optimisation prévue :

🔥 Test & Scale : ajustement du budget SEA & Social Ads en fonction des conversions

🔥 Modèle premium optimisé : affiner les options payantes pour maximiser le taux de conversion

MARKETING

RÉALISATION DU PLAN D'ACTION

SOMMAIRE

Stratégie SEO 3

Stratégie SEA/SMA 8

Contenus LinkedIn 12

Contenus Instagram 56

Contenus TikTok

Emailing

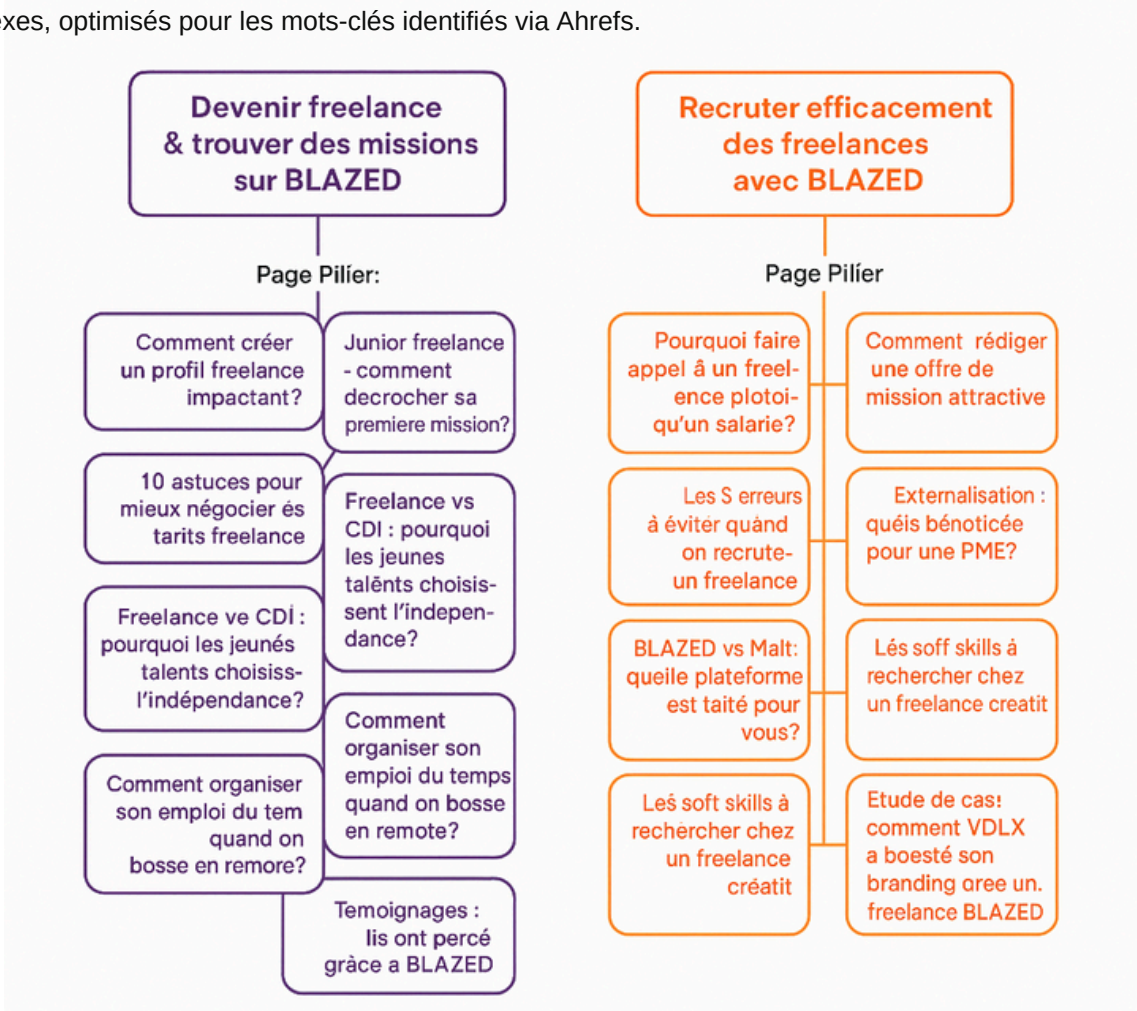
Partenariats

Youtube twitch discord

MISE EN PLACE DU SEO

LE BLOG DE BLAZED

Le blog de BLAZED est structuré en deux cocons sémantiques distincts : un pour les freelances et un pour les entreprises. Chacun repose sur une page pilier, enrichie par plusieurs pages satellites traitant de sujets connexes, optimisés pour les mots-clés identifiés via Ahrefs.



Cette organisation en cocon sémantique repose sur une logique d'intention de recherche et de structuration SEO en silo. Chaque page pilier est conçue pour répondre à une requête principale à fort volume, tandis que les articles satellites viennent approfondir les sujets périphériques en travaillant la longue traîne. Le maillage interne permet à chaque article de renforcer la page pilier à laquelle il est rattaché, tout en guidant naturellement l'utilisateur dans sa navigation.

Le découpage en deux cocons bien distincts nous permet de cibler deux personas sans confusion : le freelance en recherche d'opportunités et l'entreprise en quête de talents. Cela évite la cannibalisation de mots-clés et renforce la pertinence perçue du contenu par Google. Chaque article vise un double objectif : éduquer l'audience et l'amener à s'inscrire sur la plateforme. Les titres, les structures Hn, les CTA et les zones de maillage sont optimisés pour la conversion tout en respectant les bonnes pratiques SEO.

MISE EN PLACE DU SEO

LA LANDING PAGE

Le SEO repose sur une landing page optimisée et un blog en cocon sémantique (freelance & entreprise) intégrant des mots clés identifiés grâce à ahref, avec des contenus de 800 à 1200 mots, du maillage interne et des backlinks ciblés. L'ensemble est renforcé par des audits mensuels et un suivi Google Analytics.

Cliquez-ici pour voir la landing page

La landing page principale de BLAZED est optimisée autour des mots-clés stratégiques identifiés via Ahrefs. Elle est structurée selon une hiérarchie de titres efficace, avec des sections claires, des témoignages, des visuels attractifs et des appels à l'action bien positionnés. Elle agit comme une porte d'entrée vers les deux cocons du blog.

Le blog, structuré en cocon sémantique freelance et entreprise, propose des contenus de 800 à 1200 mots optimisés sur des requêtes spécifiques. Chaque article comprend un maillage interne vers la page pilier et vers d'autres articles du même silo, ce qui favorise la circulation du jus SEO. Des backlinks ciblés sont construits via des partenariats éditoriaux, des annuaires spécialisés et des relais sur les réseaux professionnels.

Un audit SEO est réalisé chaque mois afin d'identifier les pages à retravailler, détecter les éventuelles erreurs techniques et optimiser les contenus selon les performances observées. Ce suivi est complété par une analyse des données issues de Google Analytics et Google Search Console : temps passé sur la page, taux de rebond, taux de conversion, positionnement sur les mots-clés et performances des CTA. Ces données permettent d'ajuster les titres, les formats ou le contenu pour renforcer l'efficacité de chaque page.

EXEMPLE DE DEUX ARTICLES

ARTICLE FREELANCE

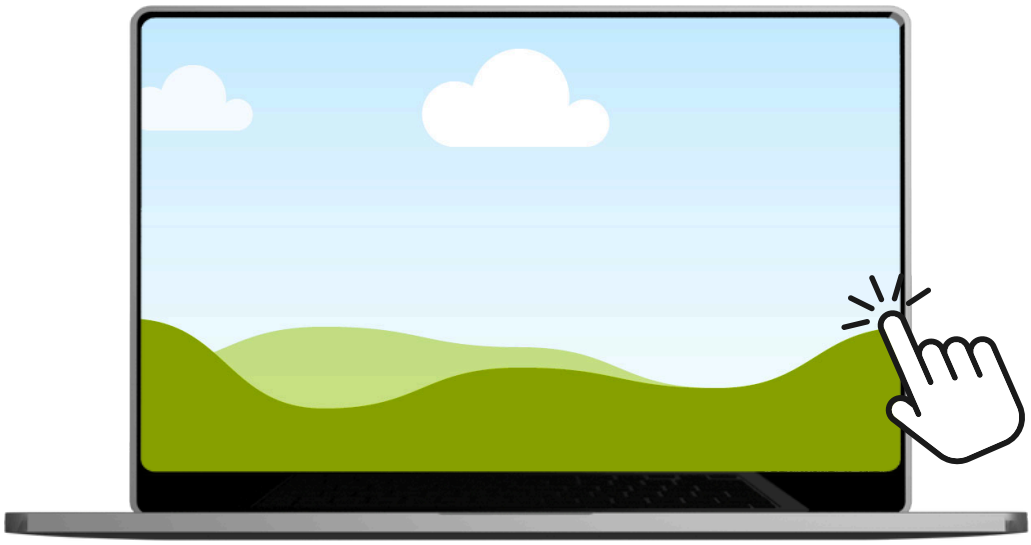
Junior freelance : comment décrocher sa première mission ?

Cet article s'adresse aux jeunes freelances inscrits sur BLAZED. Il donne des conseils concrets pour bâtir un portfolio efficace, optimiser son profil, personnaliser ses candidatures, se démarquer sur LinkedIn, relancer intelligemment un recruteur et renforcer sa crédibilité. Il s'appuie sur un témoignage d'utilisateur, contient des liens vers la page pilier freelance et vers le formulaire d'inscription.

ARTICLE ENTREPRISE

Article entreprise — Les soft skills à rechercher chez un freelance créatif

L'article propose aux recruteurs une grille de lecture des compétences comportementales à privilégier lorsqu'on travaille avec un freelance : autonomie, curiosité, sens de l'initiative, communication claire. Il introduit aussi les outils de matching de BLAZED pour repérer ces profils, redirige vers la page pilier entreprise et incite à publier une mission.



Cliquez-ici pour accéder à notre blog

Freelance : tu veux bosser avec de vraies boîtes, pas des fantômes ? Rejoins BLAZED, la plateforme qui te voit vraiment

Tu postes. Tu swipes. Tu matches. Tu écris un message ultra pro, tu ajoutes ton portfolio, tu relances… Et derrière ? Le **vide intersidéral**. Aucun retour. Aucune réponse. Tu fermes ton ordi en soupirant, avec cette impression tenace : *“Est-ce que je vaux vraiment quelque chose dans ce système ?”*

Spoiler : **oui, tu vaux quelque chose. Beaucoup, même.**
Le problème, ce n’est pas toi. C’est le modèle.

Les plateformes classiques t’ont vendu l’indépendance, la liberté, le succès à portée de clic. Mais elles t’enferment dans une logique de masse : des milliers de profils, une visibilité inexistante, une guerre des prix permanente. Et au bout du compte, tu passes plus de temps à chercher des missions qu’à bosser. Chez **BLAZED**, on pense que ce n’est pas comme ça que le freelancing devrait fonctionner.

Ce qu’on a compris avant tout le monde : tu n’es pas un produit. Tu es une personnalité.

Tu es peut-être graphiste, dev, community manager, UX, traducteur, monteur, coach, stratège ou tout ça à la fois. Mais surtout, tu es un humain. Avec une manière de travailler, de communiquer, de créer. Ton **style**, ta **vision**, ta **posture pro**, c’est ce qui fait ta valeur. Or sur la majorité des plateformes, on te résume à un intitulé et à une grille de prix. Ton feed est noyé. Tes messages restent sans réponse. Ton potentiel est invisible.

Chez **BLAZED**, on a tout inversé. On part de **toi**. De ton profil, de ton **parcours, tes soft skills, tes aspirations**, et on te propose des **missions cohérentes**. Pas juste un job. Une vraie collaboration.

BLAZED : une plateforme qui travaille pour toi (pas l’inverse)

Imagine une plateforme où tu n’as pas besoin de postuler 15 fois par jour. Où ton profil est valorisé par un **score évolutif**, où ton **charisme pro** compte autant que ton portfolio. Une plateforme où les clients te découvrent **parce que tu corresponds à leur besoin profond**, pas parce que tu as répondu en premier. C’est ça, BLAZED.

Ici, pas de course à la visibilité. Pas de profil mis en avant parce qu’il a payé plus. Pas de concurrence toxique. Tu te présentes tel que tu es, et **on t’aide à affiner ton identité pro**, à la structurer, à la faire rayonner. Ton profil devient ton levier. Et chaque mission devient une opportunité, pas un compromis.

Pour qui on a créé BLAZED ?

Pour les **freelances qui en ont marre de la jungle**. Ceux qui veulent **travailler sérieusement sans se vendre au rabais**. Ceux qui débutent mais ont déjà le feu. Ceux qui ont de l’expérience mais veulent sortir du “toujours plus pour moins cher”. Pour toi qui cherches une plateforme :

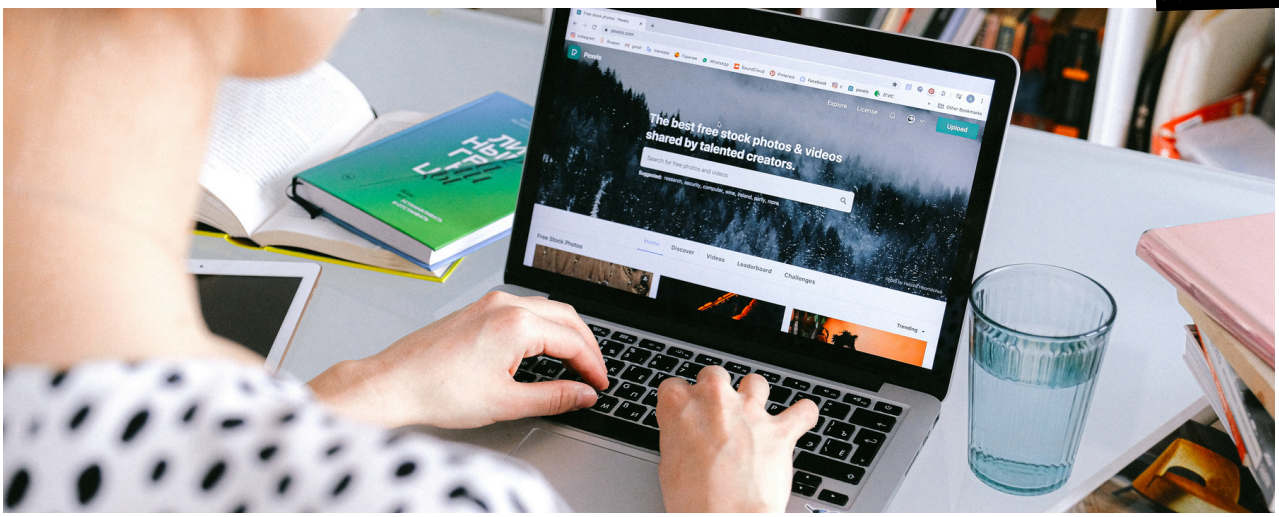
où **ton potentiel est vu et compris** ;
où **les clients sont humains, engagés et accompagnés** ;
où tu peux **grandir, pas juste enchaîner des missions alimentaires**.

Que tu sois freelance junior ou confirmé, **ton profil a sa place sur BLAZED si tu as l’envie de bien bosser**.

Concrètement, comment ça marche ?

Tu crées ton profil gratuitement. On te guide pour mettre en valeur ce que tu fais **et qui tu es**. Tu précises tes compétences bien sûr, mais aussi ton **style de collaboration**, ta **vision du travail**, tes **limites**, tes **forces**. On ne t’oblige pas à rentrer dans une case.

Ensuite, tu accèdes à un **système de matching** qui ne te fait pas perdre ton temps. Pas besoin de scroll 3h. Tu reçois des **missions ciblées**, tu peux swiper celles qui te parlent. Si le client te matche aussi ? BOOM, c’est un contact direct, sans intermédiaire inutile. Le paiement est sécurisé. Le cadre est clair. Et surtout : **tu es respecté**.



Et tu n’es jamais seul

Tu veux te former ? On te propose **des contenus exclusifs** (business, pricing, négociation, soft skills). Tu veux parler avec d’autres freelances ? On a une **communauté Discord ultra active**. Tu as un doute sur une clause, un brief, un scope de mission ? Tu peux **nous écrire** : on est là. Parce que le freelancing ne devrait pas être un parcours du combattant solitaire.

Soft skills + valeurs + ambition = missions durables

BLAZED, ce n’est pas une plateforme pour faire 300 missions à 50 €. C’est un espace pour **trouver les bons clients**, ceux avec qui tu peux **travailler à long terme**, te faire recommander, **co-construire des projets solides**. Les entreprises qui recrutent ici ne veulent pas un exécutant lambda. Elles veulent un partenaire, un profil qui **réfléchit, propose, comprend**.
Et pour ça, ton **professionnalisme**, ton **relationnel**, ta **capacité à t’adapter et à proposer des idées**, comptent autant que ton expertise technique. Chez BLAZED, ces dimensions-là sont **visibles, valorisées, prises en compte** dans ton score global. Et crois-nous : ça change tout.

Ce que disent les freelances BLAZED

“J’ai retrouvé confiance en moi. J’ai compris que je n’étais pas mauvais, c’est juste que les autres plateformes n’étaient pas faites pour moi.” — *Rachid, développeur*

“J’ai trouvé ma première mission en 9 jours. Une vraie mission. Bien payée, avec une boîte qui avait besoin d’un ton comme le mien. Pas un brief générique.” — *Chloé, rédactrice B2B tech*

“On est traités comme des humains, pas comme des numéros dans une base.” — *Jules, vidéaste freelance*

Les résultats parlent d’eux-mêmes

Depuis notre lancement, des **centaines de freelances** ont trouvé des missions stables, alignées avec leur style de travail. Le **taux de satisfaction freelance dépasse 92%**, avec une **reconduction de mission dans 1 cas sur 3**. Parce que quand on prend le temps de bien matcher, **on arrête de galérer**, on **bosse mieux**, et on **facture à sa juste valeur**.

Rejoins BLAZED maintenant (spoiler : c’est gratuit)

Pas de frais cachés. Pas d’engagement. Juste un accès à un **vrai réseau de clients qualifiés**, une **interface fluide**, et une **expérience pro mais humaine**.
Créer mon profil freelance sur BLAZED

Mots-clés SEO intégrés :

freelance en 2025, **trouver des missions freelance**, **matching freelance entreprise**, **soft skills freelance**, **plateforme pour freelance junior**, **freelance créatif**, **mission freelance bien payée**, **visibilité freelance**, **accompagnement freelance**, **alternatives à Fiverr Malt Upwork**.

ENTREPRISE

Marre des freelances qui ne matchent pas ? BLAZED révolutionne le recrutement indépendant

Le freelancing est devenu une norme. Aujourd'hui, 1 actif sur 3 envisage de quitter le salariat pour l'indépendance. Côté entreprise, cette transformation est une opportunité, mais aussi un immense défi : comment trouver des talents fiables, disponibles, réellement compatibles avec vos enjeux ? Comment éviter de perdre du temps dans des process laborieux, de faire défiler des dizaines de profils peu pertinents, ou de confier une mission à quelqu'un qui manque d'implication, simplement parce qu'il était disponible ? La vérité, c'est que les plateformes traditionnelles ne sont pas taillées pour répondre aux besoins stratégiques d'une entreprise agile. C'est pour cela que nous avons créé **BLAZED** : une plateforme intelligente et humaine, pensée pour les entreprises qui veulent **recruter autrement**.

Le vrai problème, ce n'est pas le freelance. C'est le système.

Vous avez déjà vécu cette situation : vous rédigez un brief précis, vous publiez votre mission, et en quelques heures, les candidatures affluent. Sauf que sur 40 messages reçus, à peine 5 collent vaguement à votre besoin. Vous organisez des entretiens, vous perdez du temps à expliquer vos attentes, à reformuler le contexte, à gérer des devis et des deadlines floues… et au final, vous confiez le boulot à un salarié interne qui croulait déjà sous les tâches. Ce n'est ni un échec de votre part, ni un défaut du marché freelance. C'est un **problème d'outil**. BLAZED n'est pas une marketplace impersonnelle, c'est une **plateforme de matching humain**. Elle vous aide à **connecter rapidement avec les talents** les plus pertinents, pas seulement techniquement, mais aussi **culturellement et humainement**.

Une plateforme conçue pour les vrais enjeux business

Chez BLAZED, nous savons que recruter un freelance ne se limite pas à cocher une liste de compétences. Ce qui fait la différence, c'est la posture, la compréhension des enjeux, la capacité à s'intégrer dans une équipe, à collaborer avec efficacité, à communiquer clairement et à s'adapter à vos contraintes. C'est pourquoi chaque freelance présent sur notre plateforme est évalué selon un **profil complet** qui intègre ses **soft skills, sa posture professionnelle, son historique de collaboration et son potentiel d'évolution**. Grâce à notre **matching algorithmique intelligent**, vous gagnez un temps précieux en accédant directement à une short-list de profils réellement alignés avec votre projet, vos valeurs, vos objectifs. Que vous soyez une startup en pleine croissance, une PME industrielle ou un grand groupe en quête d'agilité, BLAZED vous propose une solution **sur-mesure, réactive et humaine**.

Recruter avec BLAZED : simple, rapide, structuré

Notre interface entreprise a été pensée pour les recruteurs, RH, directeurs projets et fondateurs qui n'ont pas une minute à perdre. Vous publiez une mission en quelques clics, vous renseignez vos critères clés (type de mission, compétences recherchées, enjeux business, culture d'équipe), et notre système vous propose immédiatement des profils qualifiés. Pas de scroll infini, pas de CV datés, pas de candidatures impersonnelles. Juste des talents sélectionnés sur leur **capacité à livrer avec excellence et à collaborer en intelligence**. Une fois le freelance choisi, le contrat est encadré, le paiement sécurisé via escrow, et vous bénéficiez d'un **suivi personnalisé** tout au long de la mission. Notre équipe reste disponible pour vous accompagner, ajuster le scope si besoin, et assurer la qualité de la collaboration.

Ce que nos entreprises partenaires disent de nous

Ce ne sont pas nos mots, ce sont les leurs. “C’est la première fois que je travaille avec une plateforme où on sent une vraie vision. Ce n’est pas du recrutement à la chaîne, c’est de l’humain bien fait.” C’est ce que nous a confié Sophie, responsable marque chez une startup RH. Julien, directeur produit dans une PME tech, ajoute : “Avec BLAZED, on a divisé par deux notre temps de recrutement, et multiplié par trois la satisfaction post-mission. On ne cherche plus, on trouve.” Ces témoignages confirment ce que nous défendons depuis le début : **le vrai recrutement freelance ne repose pas sur le volume, mais sur la qualité de l’adéquation** entre un besoin et un profil.

Soft skills, implication, créativité : les vrais critères du succès

Trop souvent, les plateformes classiques vous enferment dans une vision rigide du freelancing. Un profil UX, c’est un UX. Un rédacteur, c’est un prestataire de contenu. Point final. Chez BLAZED, nous considérons que la **valeur d’un freelance ne se mesure pas uniquement à ses compétences techniques**, mais à son **potentiel de collaboration, sa capacité à s’adapter à votre environnement, son envie de s’impliquer dans un projet qui a du sens**. Nous avons donc intégré à notre système de matching une évaluation des **soft skills**, ainsi qu’un score évolutif basé sur l’expérience, le feedback des clients précédents, et la cohérence entre les missions passées. Résultat : vous recrutez des talents **agiles, motivés, cohérents avec votre vision**, pas des exécutants déconnectés.

Des résultats concrets, mesurables, actionnables

En moins d’un an d’existence, BLAZED a permis à plus de 300 entreprises de **trouver le bon freelance en moins de 5 jours**, avec un taux de satisfaction supérieur à 90%. Nos clients constatent une **réduction de 62% du temps de recrutement**, un **gain de productivité immédiat**, et surtout, une **hausse significative de la qualité de livraison**, grâce à des talents plus engagés, mieux briefés, mieux suivis. Notre mission n’est pas de vous fournir une “ressource” : elle est de vous permettre de **collaborer avec des profils qui élèvent votre projet**, qui vous font gagner du temps, de l’impact, et de la sérénité.

Un accompagnement stratégique de A à Z

Chez BLAZED, nous ne vous laissons jamais seuls avec une plateforme. Notre équipe vous accompagne sur la définition de votre besoin, l’optimisation de votre brief, la sélection de vos talents, et même la **structuration de vos flux de travail avec vos freelances**. Vous avez une mission urgente ? Une problématique sensible ? Une volonté d’itérer sur plusieurs cycles ? Nos account managers vous proposent des solutions concrètes, rapides, adaptées. Et si le profil sélectionné ne vous convient pas totalement, nous vous aidons à réajuster sans perdre de temps.

Prêt à recruter différemment ?

Aujourd’hui, les entreprises qui performent ne sont pas celles qui recrutent le plus vite, mais celles qui recrutent le plus intelligemment. Rejoindre BLAZED, c’est faire le choix d’un écosystème plus efficace, plus respectueux des talents, plus propice à la réussite collective. Que vous cherchiez un développeur, un designer, un stratège, un créatif ou un chef de projet, **nous avons déjà les bons profils pour vous**. Il ne reste qu’un clic.
Créer un compte entreprise maintenant

Mots-clés SEO intégrés :

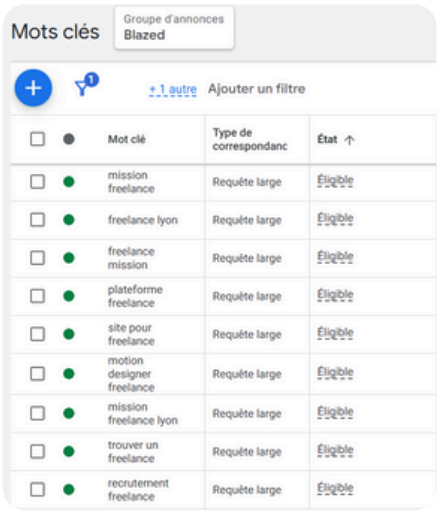
recruter un freelance, **trouver un freelance rapidement**, **plateforme freelance entreprise**, **matching freelance B2B**, **soft skills en recrutement**, **freelance agile**, **recrutement indépendant**, **collaboration freelance entreprise**, **freelance tech**, **freelance créatif**, **plateforme alternative Upwork Malt Fiverr**.

MISE EN PLACE DU SEA

La stratégie SEA/SMA de BLAZED s'inscrit dans une logique d'acquisition rapide, ciblée et mesurable, en complément de la stratégie SEO. Elle vise deux cibles principales : les freelances en recherche de missions et les entreprises souhaitant recruter efficacement. Elle repose sur deux leviers distincts : le SEA via Google Ads et le SMA via les réseaux sociaux sponsorisés.

LE SEA : CAPTER LES INTENTIONS ACTIVES

Google Ads

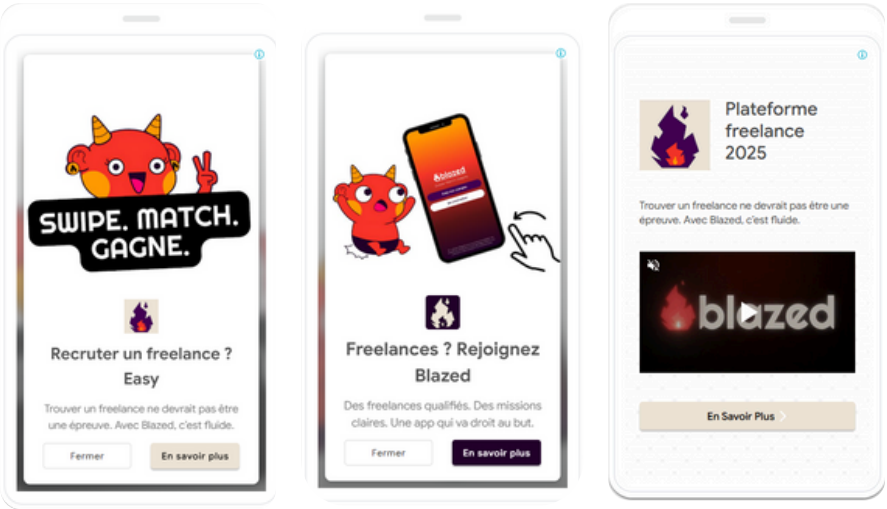


Le SEA cible les utilisateurs en recherche active via Google Ads, avec un budget compris entre 300 et 500 € par mois. L'objectif est de maintenir un coût par clic (CPC) inférieur à 2,50 €, avec un coût par inscription situé entre 10 et 25 €, en fonction de la qualification du lead.

Les campagnes sont structurées autour de groupes d'annonces liés à l'univers freelance (recherche de missions, recrutement, plateforme, métiers créatifs…). Les mots-clés sélectionnés sont en requête large afin d'assurer un bon volume, tout en restant cohérents avec l'intention de conversion.

Les annonces diffusées sont orientées mobile et conversion. Trois déclinaisons sont testées :
– Une approche directe et ludique avec la signature "Swipe. Match. Gagne."
– Une accroche centrée sur les freelances : "Freelances ? Rejoignez BLAZED"
– Une version plus institutionnelle : "Plateforme freelance 2025"

Chaque visuel renvoie vers une landing page optimisée, claire, avec un formulaire rapide et des arguments ciblés selon le profil.



MISE EN PLACE DU SMA

Le SMA s'appuie sur des campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux pour générer du trafic qualifié et améliorer le taux de conversion. LinkedIn est utilisé pour atteindre les décideurs B2B, avec des formats sponsorisés (carrousels, vidéos, posts dark) qui valorisent les bénéfices business de recruter via BLAZED. Instagram cible quant à lui les freelances créatifs, avec des visuels adaptés, des contenus de réassurance, et du retargeting basé sur les visiteurs du site. Des campagnes Lookalike sont également déployées pour étendre les audiences les plus performantes.

L'objectif est double :

Générer des inscriptions directes et alimenter les autres canaux de conversion via des relances multicanales.

Exemple de campagne fictive TikTok - BLAZED

Le SMA s'appuie sur des campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux pour générer du trafic qualifié et améliorer le taux de conversion. LinkedIn est utilisé pour atteindre les décideurs B2B, avec des formats sponsorisés (carrousels, vidéos, posts dark) qui valorisent les bénéfices business de recruter via BLAZED. Instagram cible quant à lui les freelances créatifs, avec des visuels adaptés, des contenus de réassurance, et du retargeting basé sur les visiteurs du site. Des campagnes Lookalike sont également déployées pour étendre les audiences les plus performantes.

Nom de la campagne : "Swipe. Match. Taffe."

Objectif : Générer des inscriptions freelances via TikTok Ads et nourrir le storytelling de marque en format natif.
Concept : Une série de vidéos TikTok au format vertical (15-30 secondes) simulant des "fails de freelances" sur d'autres plateformes : messages sans réponse, missions mal payées, profils fantômes... suivis par une punchline : "Stop les missions fantômes. BLAZED, c'est clair, net, payé."

Format : Vidéo courte, montée dynamique, sur fond sonore tendance TikTok.
Acteurs : Créateurs UGC ou avatars animés (style flat).
Ton : Drôle, frustré, mais avec une chute optimiste.

Exemples de vidéos :
Une freelance reçoit 56 vues sur son profil, zéro message, et pète un câble. Cut sur l'inscription BLAZED.
Un développeur galère à comprendre une annonce floue : "urgent mais pas payé ?!" Cut sur : "Sur BLAZED, tout est clean."
Hashtags : #freelancelife #missionfantome #trouvetonclient #blazedplatform #stoplagalere
CTA intégré : "Swipe pour t'inscrire sur BLAZED", avec lien vers la landing.

Audience ciblée :
– France
– 18-34 ans
– Centres d'intérêt : freelancing, travail à distance, design, dev, communication, carrière

KPI visés :
– Coût par vue < 0,05 €
– Taux d'engagement > 8 %
– Taux de clic > 1,5 %
– Inscriptions issues de TikTok : +300/mois

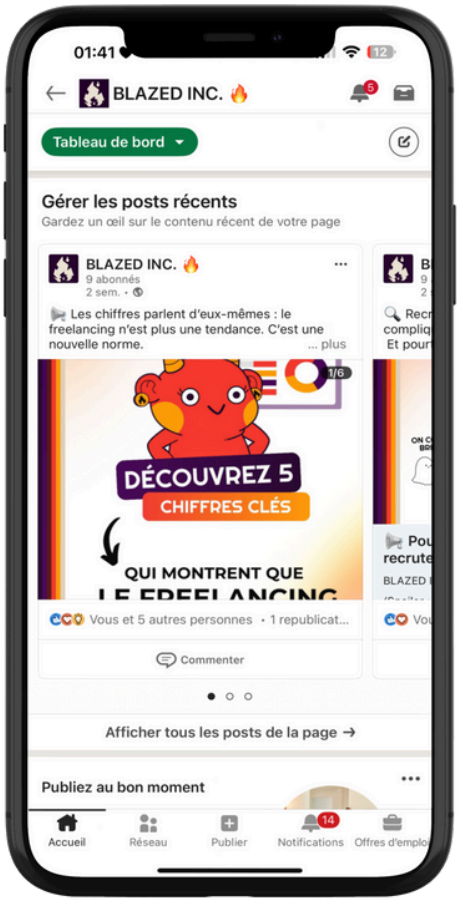
Cette campagne serait prolongée par un challenge TikTok invitant les freelances à raconter leurs pires expériences pros, avec un prix à la clé (abonnement gratuit à BLAZED Gold ou mise en avant du profil).

CONTENUS LINKEDIN

LinkedIn est un pilier central de notre stratégie de communication BtoB. La plateforme nous permet de toucher à la fois les entreprises à la recherche de talents qualifiés et les freelances souhaitant professionnaliser leur activité.
Notre ligne éditoriale sur LinkedIn repose sur trois formats principaux :
– Des articles de fond sur les enjeux du freelancing, les évolutions du travail indépendant, et les bonnes pratiques de collaboration
– Des témoignages de freelances et d'entreprises ayant utilisé BLAZED avec succès, pour renforcer la preuve sociale
– Des conseils pratiques pour améliorer la relation client, optimiser ses missions ou bien recruter de manière plus efficace

Ces contenus sont publiés avec régularité et orientés conversion, en s'adressant à une audience qualifiée via un ton professionnel, inspirant et accessible. Les publications sont enrichies par des visuels clairs, des formats carrousel ou des vidéos courtes selon le sujet abordé.

Vous pouvez accéder à notre compte LinkedIn ci-dessous :



FOCUS POST LINKEDIN

Ce post a été pensé comme un contenu d'autorité, destiné à crédibiliser BLAZED auprès des entreprises en mettant en lumière des chiffres clés sur le freelancing. L'objectif est clair : faire prendre conscience que le freelancing n'est plus une tendance mais une norme en pleine croissance et que ne pas s'adapter, c'est passer à côté de talents stratégiques.

Le format carrousel permet ici de capter l'attention visuellement dans un feed saturé, tout en rythmant la lecture avec des données fortes et incarnées par la mascotte. Il favorise aussi l'engagement algorithmique via l'interaction (swipe), tout en installant un storytelling visuel cohérent avec l'univers de marque.

L'absence de hashtags est un choix assumé : le post s'adresse à une cible B2B qualifiée, via un ton direct et structuré.

Pas besoin de sur-optimiser : ce qui compte ici, c'est la pertinence du propos, pas sa viralité. L'écriture est claire, aérée, avec une montée en puissance logique :

chiffres → décryptage → bénéfices → appel à l'action.

Enfin, l'ancrage temporel ("le 18 mai à 18h") donne au contenu une dimension événementielle. Il ne s'agit pas simplement d'informer, mais de préparer le terrain pour une activation live, et donc de faire vivre la marque au-delà du feed.

Ce post illustre parfaitement la posture de BLAZED :

Experte, actuelle, et en phase avec les transformations profondes du monde du travail.

BLAZED INC.
9 abonnés
2 sem. •

Les chiffres parlent d'eux-mêmes : le freelancing n'est plus une tendance. C'est une nouvelle norme.

Aujourd'hui en France, 1 actif sur 6 est freelance.
Et ce chiffre continue de grimper, notamment dans les secteurs tech et créatifs, avec une croissance de +24 % en un an.

Ce que ça veut dire pour vous, entreprises :
Vous n'êtes plus seuls à chercher des talents flexibles.
Vous entrez dans un marché en pleine mutation.
Et vous avez tout à gagner à structurer vos recrutements freelance.

13 % des entreprises déclarent vouloir recruter davantage de freelances.
Mais les meilleurs talents ne veulent plus revenir au salariat : 57 % choisissent l'indépendance sur le long terme.

Autrement dit, si vous ne vous adaptez pas, vous passez à côté de profils qualifiés, agiles, et engagés.

D'ici 2030, la moitié des pros du digital seront indépendants.
Et chez BLAZED, on vous aide à anticiper cette réalité.

Des profils qualifiés.
Une interface pensée pour vos besoins.
Et un accompagnement humain, à chaque étape.

Le 18 mai à 18h, on vous montre comment.
Live Reveal sur twitch.tv/blazed_app

EXEMPLES POSTS LINKEDIN

Voici 3 exemples de posts que nous avons publiés durant la phase M-1, dans le cadre de notre stratégie de pré-lancement. Ces publications nous ont permis de tester différents angles de discours, mais aussi d'observer les premiers indicateurs de performance avant la phase d'accélération.

Statisques

224 10 3

Statisques

20 6 1

Statisques

82 5 1

Le premier post, humoristique et visuel, jouait sur les frustrations des freelances face aux plateformes classiques : manque de visibilité, algorithmes flous, missions invisibles. Ce format très identifié par notre cible a généré 224 vues, 10 likes et 3 commentaires — un excellent taux d'engagement organique pour une page en phase de démarrage. Cela confirme l'intérêt pour les formats courts, émotionnels et incarnés.

Le deuxième post, plus éditorial et orienté entreprise, soulevait la problématique du recrutement freelance. Il posait une question simple mais forte : "Pourquoi est-ce si difficile de recruter des freelances ?" Bien qu'ayant une portée plus faible (20 vues, 6 likes, 1 commentaire), il a été conservé dans notre ligne car il suscite de l'intérêt ciblé et amorce un discours plus stratégique pour notre cible B2B. C'est un contenu à forte valeur ajoutée, plus lent mais utile à long terme.

Le troisième post, quant à lui, présentait un carrousel chiffré sur la progression du freelancing. Il a atteint 82 vues, 5 likes et 1 commentaire. Moins percutant que le premier, mais intéressant pour nourrir la crédibilité de BLAZED et asseoir un

TABLEAUX DE REPORTING LINKEDIN

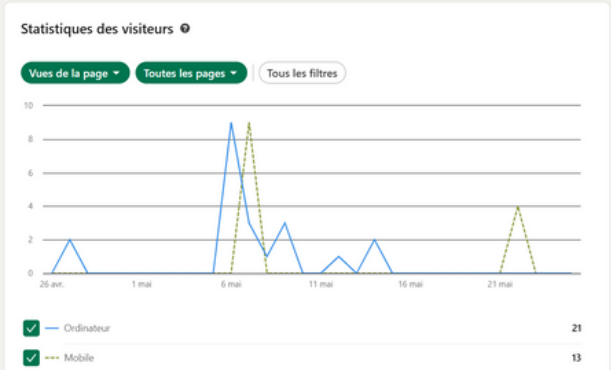
Indicateur	Valeur
Impressions totales	715
Réactions	34
Commentaires	0
Partages	0
Vues de la page	34
Visiteurs uniques	12
Clics sur bouton personnalisé	0

Entre le 25 février et le 25 mai 2025, la page LinkedIn de BLAZED a généré 715 impressions et 34 réactions, mais aucun commentaire ni partage.

Elle a reçu 34 vues et 12 visiteurs uniques, ce qui reste cohérent pour une page en phase M-1. Parmi les posts publiés, celui du 12 mai (« Les chiffres parlent d'eux-mêmes ») ressort comme le plus performant avec un CTR de 18,32 % et un taux d'engagement de 23,66 %, confirmant l'efficacité des formats visuels à message fort.

Le post du 6 mai sur les difficultés de recrutement, plus éditorial, reste en retrait mais suscite tout de même 11 clics. À l'inverse, la vidéo obtient des vues mais très peu de clics, ce qui la rend peu performante à ce stade.

Ces premiers résultats montrent que notre contenu attire l'attention mais déclenche peu d'interactions qualitatives (commentaires, partages). L'absence d'appel à discussion limite la portée organique, et le manque de clics vers la page suggère que nos CTA doivent être plus visibles.



Nos recommandations sont les suivantes :

– Intégrer systématiquement une question en fin de post pour générer des commentaires.
– Renforcer les visuels à haute promesse (format "chiffres clés") en série régulière.
– Tester un post sponsorisé avec un angle entreprise, en particulier celui du 6 mai.
– Ajouter un CTA cliquable clair à chaque post, en lien avec la page ou le site.
– Maintenir un rythme de publication hebdomadaire pour nourrir l'algorithme et les visiteurs récurrents.

Cette phase M-1 pose des bases solides : à nous de capitaliser et d'amplifier dès M.

Date	Titre du post	Format	Impressions	Vues	Clics	CTR	Réactions	Commentaires	Partages	Taux d'engagement
12 mai...	Les chiffres parlent d'eux-mêmes : le	Image	131	-	24	18,32%	6	0	1	23,66%
6 mai ...	Pourquoi les entreprises galèrent à	Article	180	7	11	6,11%	7	0	1	10,56%
6 mai ...	Ce jour-là, on ne lancera pas juste une app...	Vidéo	59	26	3	5,08%	5	0	0	13,56%

CONTENUS INSTAGRAM

Instagram est le second pilier social de notre stratégie organique, complémentaire à LinkedIn mais pensé pour une cible très différente. Ici, nous nous adressons aux freelances créatifs entre 20 et 35 ans (designers, motion, illustrateurs, community managers…) ainsi qu'aux entreprises à forte identité visuelle qui recrutent dans ces domaines.

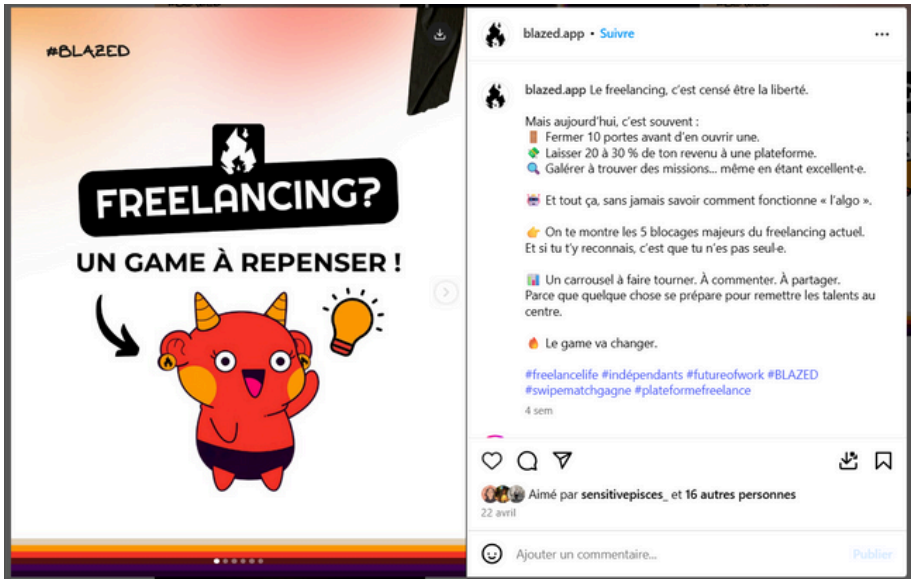
La ligne éditoriale repose sur la valorisation de l'univers graphique de BLAZED, avec un ton plus léger, créatif et codé visuellement. Nous alternons trois formats clés :

- Des carrousels pédagogiques ou humoristiques, faciles à swiper, pensés pour l'algorithme et la mémorisation
- Des reels inspirants ou décalés, en phase avec les tendances audio, pour raconter les coulisses du freelancing ou les "fails" du quotidien
- Des stories engageantes, qui reprennent les codes des créateurs : sondages, curseurs d'humeur, Q&A, teasing de features ou de missions à venir
- Cette stratégie vise à créer une communauté vivante et complice, qui reconnaît l'univers visuel de BLAZED au premier coup d'œil et s'identifie dans ses références. L'objectif ici n'est pas seulement de convertir, mais de faire émerger une marque de plateforme à fort capital affectif, en phase avec les attentes d'une génération qui travaille autrement.

Vous pouvez accéder à notre compte Instagram ici :

FOCUS POST INSTAGRAM

Ce post Instagram **“Freelancing ? Un game à repenser !”** incarne parfaitement notre stratégie de communication sur ce canal. Il s’adresse directement à notre cœur de cible les freelances créatifs en mettant en lumière les blocages qu’ils vivent au quotidien sur les plateformes classiques : manque de transparence, perte de revenus, algorithmes flous.



Dès la première slide, nous posons un ton fort, avec un visuel engageant et une promesse explicite :

On ne va pas juste parler du problème, on va proposer une autre manière de faire.

Notre intention avec ce post était claire : créer de l’adhésion autour de notre vision. Le texte suit une construction volontairement empathique, presque manifeste. On commence par une vérité simple (“Le freelancing, c’est censé être la liberté”), puis on expose sans détour les frustrations actuelles.

La deuxième partie du message ouvre sur la communauté : “Et si tu t’y reconnais, c’est que tu n’es pas seul·e.” Cette phrase est centrale dans notre ligne : elle transforme un constat individuel en réalité collective, et c’est exactement là que se situe notre proposition de valeur.

Nous avons conçu ce carrousel comme un outil de mobilisation. Il n’informe pas seulement : il fédère. Les appels à l’action sont implicites mais présents : “à faire tourner, à commenter, à partager”; car nous ne cherchons pas à pousser la marque, mais à faire circuler une idée. C’est ce qui construit notre légitimité auprès de notre audience.

Enfin, nous avons volontairement intégré des hashtags ciblés *(#freelancelife, #plateformefreelance, #futureofwork)* pour élargir la portée sans nuire à la clarté du message. Sur Instagram, ils participent à notre référencement naturel et nous permettent d’émerger dans des fils thématiques cohérents avec notre ADN.

EXEMPLES POSTS INSTAGRAM

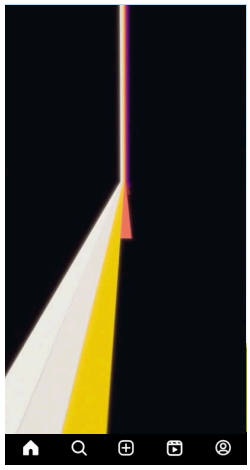
Voici 4 exemples de posts que nous avons publiés sur Instagram dans le cadre de notre stratégie de pré-lancement. Ces contenus nous ont permis de tester différents formats (vidéos et carrousels) ainsi que plusieurs tonalités, de la promesse inspirante à la dénonciation directe des limites du freelancing actuel.

Statisques

400 16 3

Statisques

385 17 2



Statisques

240 12 4

Statisques

228 14 0

Le carrousel “Freelancing ? Un game à repenser !” a obtenu 385 vues, 17 likes et 2 commentaires. C’est aujourd’hui l’un de nos contenus les plus engageants. Il confirme que notre univers graphique, combiné à une promesse claire et à un ton collectif, fonctionne particulièrement bien auprès de notre cible freelance créatif. Il a permis d’ancrer visuellement notre mascotte et notre message.

Notre reel le plus vu (400 vues, 16 likes, 3 commentaires) montre que le format vidéo génère davantage de portée brute, mais que l’engagement est légèrement inférieur. À l’inverse, notre vidéo teaser très stylisée (240 vues, 12 likes, 4 commentaires) a suscité des réactions très positives, prouvant qu’un contenu plus abstrait mais bien construit peut aussi créer de l’intérêt s’il intrigue.

Enfin, le post statique “Trop de profils, pas assez ciblés” (228 vues, 14 likes) a bien fonctionné en portée, mais n’a généré aucun commentaire. Il met en lumière un sujet sensible côté entreprise, mais le manque d’interaction indique que ce type de post mériterait un angle plus clivant ou un appel à réaction plus fort.

Ces premiers résultats confirment que notre communauté réagit bien aux contenus qui leur parlent directement, avec un équilibre entre punchline, visuel fort et format mobile-first. Pour la suite, nous allons capitaliser sur les carrousels à promesse claire, continuer à tester des formats vidéo courts, et renforcer les appels à engagement en fin de post.

TABLEAUX DE REPORTING INSTAGRAM

Indicateur	Valeur
Vues totales	1 155
Interactions	59
Nouveaux followers	0
Visites du profil	67
Clics sur lien externe	6
Contenus partagés	2

Les résultats de notre compte Instagram sur la période du 26 avril au 25 mai montrent une dynamique intéressante, mais encore limitée en termes de conversion.

Avec 1 155 vues totales, 67 visites de profil et 6 clics sur le lien externe, nous avons réussi à générer de la visibilité, mais sans convertir de nouveaux abonnés.

Cela indique que notre contenu capte l'attention, mais ne pousse pas suffisamment à l'action ni à l'engagement durable.

Côté publications, les formats reels performent mieux : "C'est officiel" atteint 251 vues et 4 commentaires, tandis que le post statique "Les plateformes ?" génère 238 vues et 14 likes.

Les carrousels, quant à eux, montrent une bonne interaction textuelle avec 17 likes et 2 commentaires. En revanche, le remix du 7 mai est en nette baisse avec seulement 26 vues, ce qui confirme que le contenu original est à privilégier sur notre cible. Les performances des reels plus scénarisés (ex : POV) sont également prometteuses avec plusieurs vidéos dépassant les 800 à 1 200 vues sur le compte.

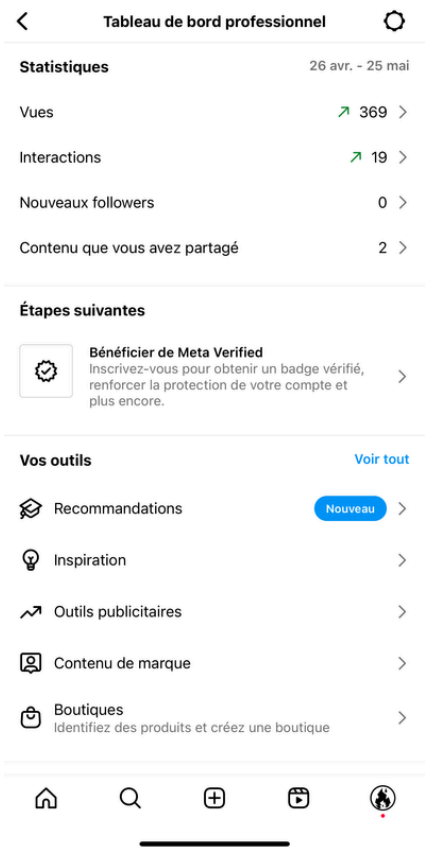
Enfin, le fait que 63,4 % de notre audience provienne de non-abonnés est un bon signal : notre contenu est exposé au-delà de notre base actuelle, ce qui ouvre un levier de croissance organique. En revanche, le taux d'engagement reste superficiel, les mentions "j'aime" étant les interactions les plus fréquentes, mais aucun enregistrement ou partage n'a été relevé.

Nous devons consolider cette visibilité avec une stratégie de conversion claire. Cela passe par :

- Augmenter le rythme des reels (1 à 2 par semaine), avec des scénarios simples, des visages humains et des sous-titres clairs.
- Structurer les carrousels avec un CTA fort dès la première slide (ex. : "Swipe si tu t'es déjà retrouvé.e dans cette galère") pour maximiser l'interaction.
- Intégrer des stories teasing ou résumés après chaque post, pour créer une boucle entre publications et engagement.
- Optimiser les bios, liens et légendes pour mieux convertir les vues en abonnements (ex. : "Rejoins la plateforme la plus humaine pour les freelances").
- Tester des publications collaboratives avec des comptes proches de notre audience (freelances, créateurs, incubateurs).

TABLEAUX DE REPORTING INSTAGRAM

Date	Titre du post	Type	Vues	Likes	Commentaires	Partages	Enregistrements	Visites profil	Clics lien extern	Abonnés gagné
22 avr....	Freelancing ? Un game à repenser	Carrousel	250	17	2	—	0	—	—	—
28 avr....	C'est officiel	Reel	255	14	4	1	0	—	—	—
6 mai ...	Les plateformes ? Ils n'en peuvent plus	Post statique	241	14	0	2	0	12	2	0
7 mai ...	Freelances, quelque chose approche	Réel	418	17	3	0	0	—	—	—



Nos réajustements recommandés

Nous devons consolider cette visibilité avec une stratégie de conversion claire.

Cela passe par :

- Augmenter le rythme des reels (1 à 2 par semaine), avec des scénarios simples, des visages humains et des sous-titres clairs.
- Structurer les carrousels avec un CTA fort dès la première slide (ex. : "Swipe si tu t'es déjà retrouvé.e dans cette galère") pour maximiser l'interaction.
- Intégrer des stories teasing ou résumés après chaque post, pour créer une boucle entre publications et engagement.
- Optimiser les bios, liens et légendes pour mieux convertir les vues en abonnements (ex. : "Rejoins la plateforme la plus humaine pour les freelances").
- Tester des publications collaboratives avec des comptes proches de notre audience (freelances, créateurs, incubateurs).

CONTENUS TIKTOK

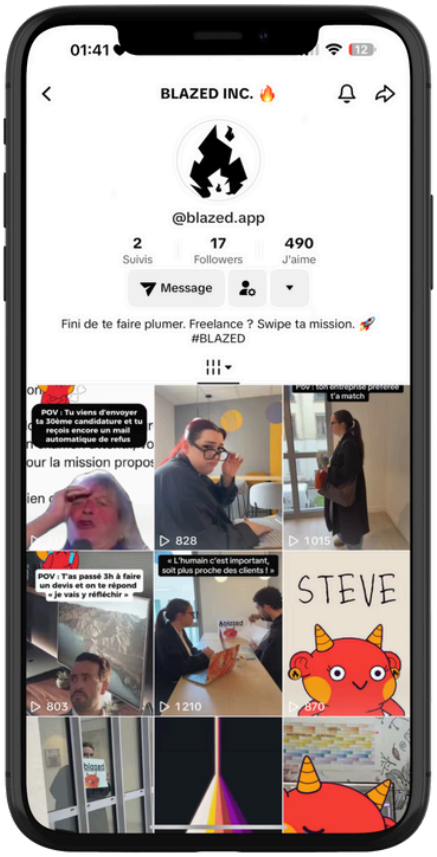
TikTok s'adresse en priorité aux jeunes freelances de 18 à 25 ans qui cherchent à se faire connaître, trouver leurs premières missions ou comprendre les codes du métier. C'est notre levier viral par excellence : il permet de combiner authenticité, rapidité et diffusion massive, sans dépendre d'une base d'abonnés déjà établie.

Nous avons choisi ce canal pour casser les codes traditionnels du freelancing en ligne : ici, on parle bugs, galères, commissions abusives et missions fantômes, mais toujours avec un ton léger, incarné, proche. L'objectif est d'être identifiable et partageable en quelques secondes.

Notre ligne éditoriale repose sur trois piliers :

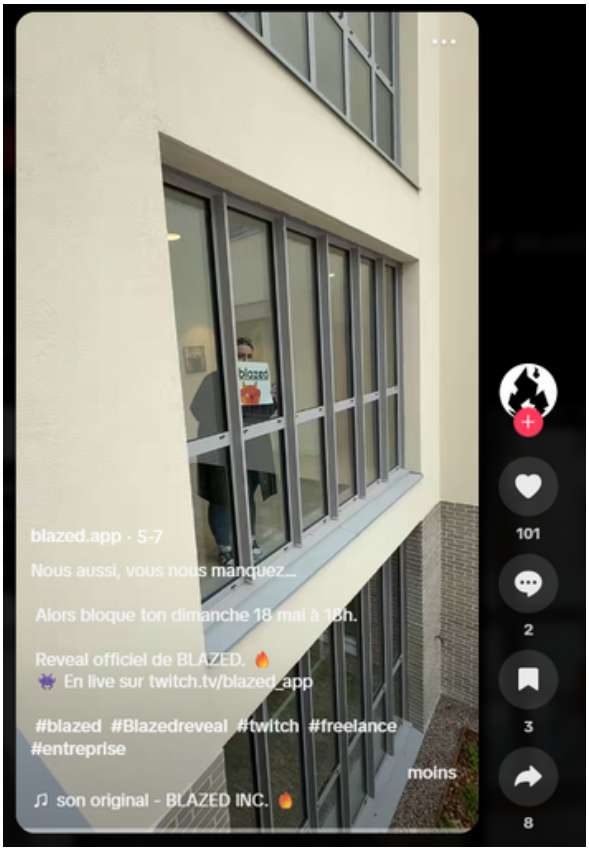
- Formats courts et dynamiques (10 à 30 sec), adaptés à la viralité.
- Conseils concrets sur la vie de freelance, l'algorithme, le client idéal, ou les plateformes.
- Tendances détournées, POV et memes vidéos pour capter l'attention de notre cible avec humour.

👉 **Vous pouvez accéder à notre compte directement ici**



FOCUS POST TIKTOK

Dès les premières secondes, nous avons misé sur un dispositif visuel intrigant, presque absurde : un personnage derrière des vitres avec une pancarte “blazed”. Ce choix n’est pas anodin. Il fonctionne comme une accroche silencieuse, un format de rupture dans le flux TikTok, qui pousse à s’arrêter et regarder.



Notre intention ici n’était pas simplement d’informer sur le reveal : nous avons voulu créer une narration minimale mais percutante, qui suscite la curiosité et laisse une place à l’interprétation.

Le texte, très épuré, évoque un manque et donne une date. C’est une stratégie d’annonce en teaser, basée sur l’implicite. Le reveal devient un “événement”, pas une simple communication.

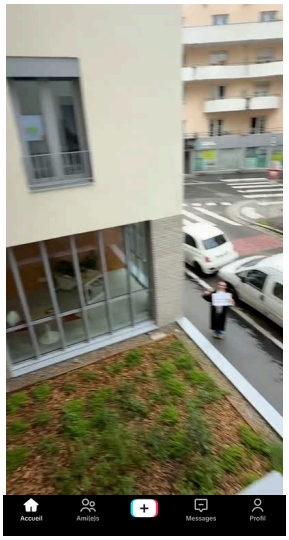
Dans la légende, nous construisons une relation directe avec notre audience à travers un ton complice ("Nous aussi, vous nous manquez…"). C’est une manière d'humaniser BLAZED, de créer de l’attente tout en restant dans le ton jeune et décalé de la plateforme.

Le lien Twitch est intégré naturellement, sans surcharge.
Nous avons utilisé des hashtags ciblés et communautaires (#freelance, #twitch, #entreprise), avec un hashtag propriétaire #BlazedReveal, pour favoriser l’émergence dans les flux thématiques tout en posant notre territoire.

Les performances (101 likes, 2 commentaires, 3 partages, 8 sauvegardes) montrent que le format fonctionne en émotion, notamment pour la portée organique. Mais la mécanique de viralité reste à renforcer.

EXEMPLES POSTS TIKTOK

Voici 4 exemples de posts TikTok que nous avons publiés pendant la phase M-1. Chaque contenu s'inscrit dans notre ligne éditoriale pensée pour les jeunes freelances (18-25 ans), avec des formats courts, incarnés, et faciles à consommer.



Statisques

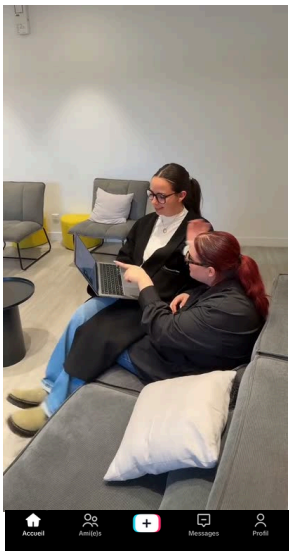
2118 101 2

8 3

Statisques

845 94 2

1 5



Statisques

1169 65 1

2 3

Statisques

754 65 0

5 6

Post 1 — "Reveal à la fenêtre" (5-7 mai)
Ce TikTok annonçait le live Twitch de BLAZED de manière décalée. La mise en scène simple mais intrigante (personnage derrière la vitre) a bien fonctionné : plus de 2 100 vues, 101 likes et 8 partages. Ce format teasing montre qu'un storytelling visuel rapide avec un call to action clair (bloque ton 18 mai) capte efficacement l'attention.

Post 2 — "Poisson Steve" (1er avril)
Cartoon humoristique autour de notre mascotte. Ce format visuel a généré 845 vues et 94 likes, preuve que l'animation attire et humanise notre univers. Ce post joue sur la viralité douce et l'affection envers un personnage récurrent.

Post 3 — "Interview canapé" (28 avril)
Une scène dialogue avec un message fort sur la relation client : "L'humain c'est important." Le format posé est plus lent, mais a tout de même atteint 1 169 vues avec 65 likes et quelques partages. Il prouve l'intérêt pour les contenus sincères et incarnés.

Post 4 — "POV devis refusé" (6 mai)
Ce TikTok met en scène une situation frustrante pour tout freelance : passer 3h sur un devis pour un "je vais réfléchir." Résultat : 754 vues, 65 likes, 5 partages. Ce format POV humoristique continue de performer et engage émotionnellement l'audience.

TABLEAUX DE REPORTING TIKTOK

Indicateur	Valeur	Évolution
Vues de publication	2 940	33,90%
Vues du profil	51	-12,10%
J'aime	157	9,80%
Commentaires	21	61,50%
Partages	4	-42,90%
Followers nets	2	13,30%
Source de trafic principale	Pour toi (92,2 %)	

Analyse des performances

TikTok confirme son rôle de levier viral stratégique pour BLAZED.

Avec près de 3 000 vues sur la semaine (+33,9 %) et des hausses notables en likes (+9,8 %) et commentaires (+61,5 %), la plateforme prouve son potentiel pour capter l'attention des jeunes freelances.

Le format qui fonctionne le mieux est le POV avec des situations du quotidien freelance, qui suscitent l'identification, l'humour et la révolte.

Ces contenus sont clairs, percutants et en phase avec la cible 18-25 ans.

Cependant, certains points limitent encore l'impact. Le nombre d'abonnés progresse peu (+2 sur la période), et les partages sont en baisse (-42,9 %). Cela indique que le contenu interpelle mais ne provoque pas encore assez d'engagement collectif ou viralité organique.

Rang	Titre / Hook	Vues	J'aime	Comm.	Partages	Nouveaux spectateurs
1	POV : ton entreprise préférée t'a match	1 012	64	2	3	753
2	On n'est pas comme Fiverr (pas 20 % de comm)	819	30	2	1	592
3	Heureusement avec Blazed tout ça, c'est bientôt fini	42	4	0	1	10
4	Chez BLAZED, on est là pour t'accompagner	34	2	0	0	13
5	Poisson Steve	22	1	0	0	5

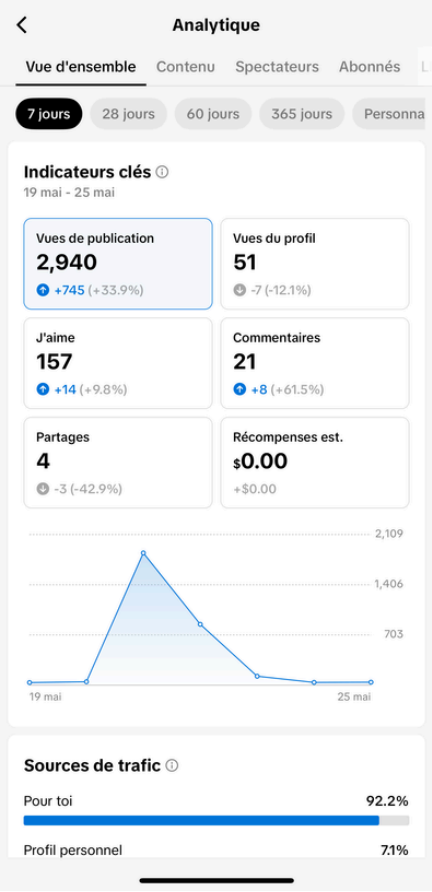
TABLEAUX DE REPORTING TIKTOK

Réajustements recommandés

Renforcer les appels à l'action en fin de vidéo. Aujourd'hui, les vues sont là, mais l'engagement reste faible.

Il faut stimuler les commentaires et partages :
→ "T'as déjà vécu ça ? Dis-le en commentaire 👇"
→ "Tag ton pote freelance qui galère"
→ "Abonne-toi, on balance une dinguerie demain 🔥"

Capitaliser sur les formats POV qui dénoncent les abus et absurdités du freelancing old school. Ce ton frontal et relatable est ce qui fait la différence de BLAZED. À conserver et amplifier.



Ajouter une touche humaine avec des face cam, témoignages ou du "story time" pour briser le côté full cartoon. L'alternance entre DA forte et incarnation humaine peut booster la confiance et la conversion.

Créer une série régulière (ex : "Freelance Problems vol.1, 2, 3…") avec des formats récurrents pour encourager les vues multiples et l'attachement à la marque.

Activer les stories et les lives TikTok pour teaser les nouveautés (app, fonctionnalités, offres), ou faire des reveals en direct.

Cela permet de renforcer la communauté et de booster l'algorithme.

ANALYSE PAR CANAUX

Canal	Portée (vues)	Engagement	Points forts	Points faibles
	10 000 vues	549 likes / 56 commentaires	Format ultra adapté à la cible 18-25 ans, viralité, POVs percutants, forte croissance (+33,9 %)	Peu de partages (4) / faible conversion abonnés (seulement +2)
	1 155 vues	59 likes / 9 commentaires	Visuels travaillés, cohérence graphique, bon ratio non-abonnés (63,4 %)	Engagement très faible, aucun commentaire, conversions faibles
	626 vues	33 réactions / 2 commentaires	Communauté pro réactive et levier de légitimité	Cible plus B2B (entreprises) / Moins viral, croissance lente

Analyse croisée

TikTok est clairement le canal le plus dynamique en termes de viralité et d'engagement organique rapide. Il est parfaitement aligné avec la cible jeune et permet de tester rapidement des messages en format court. En revanche, son impact en notoriété de marque reste fragile si l'audience n'est pas retenue par une stratégie de contenu plus profonde (CTA, lien bio, etc.).

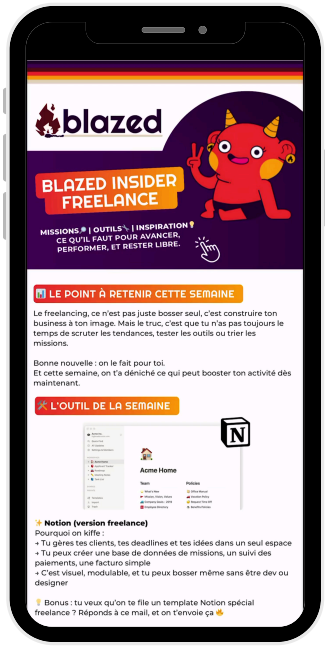
LinkedIn reste le plus solide en engagement qualitatif : les posts suscitent des commentaires argumentés, créent de la discussion et construisent la crédibilité de BLAZED. C'est un canal essentiel pour rassurer les entreprises et ancrer la vision stratégique.

Instagram est aujourd'hui le canal le moins performant. La portée est faible et les interactions quasi nulles, malgré une bonne direction artistique. Cela suggère un problème de format ou de rythme (manque de reels courts, CTA faibles, besoin de synergie avec TikTok ?).

Canal	Objectif M+1	Actions recommandées
TikTok	Créer une série virale + fidéliser	Lancer 1 format récurrent (ex. "Freelance Cringe"), + CTA en fin de vidéo, + lien en bio + teaser live
Instagram	Booster les reels + profil visité	Recycler TikTok en reels natifs / Ajouter + de reels face cam + stories teasing & sondages
LinkedIn	Consolider notoriété pro	2 posts / semaine (1 analyse de marché + 1 post manifeste ou storytelling équipe) + relai Twitch reveal

EMAILING

La newsletter est au cœur de notre stratégie d'acquisition et de fidélisation. Nous avons conçu deux parcours distincts mais complémentaires pour répondre aux besoins de nos deux cibles : les freelances et les entreprises.



FREELANCING

Côté freelances, l'inscription se fait directement via notre site ou à l'occasion de temps forts comme les lives interactifs.

À la suite de cette inscription, un quiz personnalisé permet de mieux cerner les profils pour adapter nos contenus.

Chaque mois, ces newsletters proposent des offres de missions, des conseils concrets, du contenu inspirant et des mises en avant de freelances membres de la communauté BLAZED.

ENTREPRISE

Côté entreprises, nous avons opté pour une approche ciblée via une base de données qualifiée achetée en amont.

Cette segmentation nous permet d'envoyer des contenus adaptés à leurs besoins concrets en recrutement et en gestion de missions.

Les messages mettent en valeur nos services, nos talents et notre vision du freelancing nouvelle génération.

Le tout est automatisé via Brevo, avec des séquences de conversion pensées pour générer de l'engagement à chaque étape. Plus qu'un canal d'information, notre newsletter devient un levier relationnel fort et une vitrine de notre ADN.

PARTENARIATS

🤝 INFLUENCE & PARTENARIATS

Enfin, pour soutenir notre croissance après le lancement initial, nous enclenchons une phase M+2 centrée sur l'influence et les partenariats. L'objectif est clair : relancer la dynamique, gagner en visibilité et toucher de nouveaux cercles d'audience qualifiée, sans budget démesuré.

Nous avons choisi une stratégie hybride, à la fois accessible et organique, articulée autour de trois axes : Micro-influence ciblée. Plutôt que de viser les gros comptes, nous nous concentrons sur des micro-influenceurs (5k à 50k abonnés), très engagés dans des communautés freelance, tech, ou créative.

VOICI QUELQUES PROFILS PERTINENTS À ENVISAGER :

@jeannegstn
Plateforme : TikTok
Profil : Créatrice de contenu partageant son quotidien de freelance à travers des vlogs et des conseils pratiques.
Lien : TikTok - @jeannegstn

@socialmindzz.agency
Plateforme : TikTok
Profil : Freelance partageant ses expériences et découvertes en tant que travailleuse indépendante.
Lien : TikTok - @socialmindzz.agency

@ledevultime
Plateforme : TikTok
Profil : Créateur de contenu abordant des sujets liés au freelancing, à la productivité et au développement web.
Lien : TikTok - @walterenyinnaya

@i.dont.think.i.feel
Plateforme : Instagram
Profil : Social media manager, et créatrice de formations et de contenus à destination des freelances.
Lien : Instagram - @leanneansar

PARTENARIATS

💡 STRATÉGIE RECOMMANDÉE POUR M+2

- Collaborations ciblées : proposer à ces micro-influenceurs des partenariats sous forme de contenus sponsorisés, de prises de parole lors de lives ou de partages d'expériences.
- Contenu authentique : encourager la création de contenus authentiques et personnels, tels que des témoignages sur leur expérience avec BLAZED, pour renforcer la crédibilité.
- Budget maîtrisé : ces micro-influenceurs, avec des audiences engagées mais de taille modérée, permettent des collaborations efficaces à des coûts raisonnables.
- Suivi et analyse : mettre en place des outils de suivi pour mesurer l'impact des campagnes et ajuster la stratégie en fonction des performances.

Des partenariats croisés

En parallèle, nous développons des collaborations stratégiques avec des acteurs du freelancing et de l'entrepreneuriat. L'idée est de créer des synergies visibles, à faible coût, tout en renforçant notre légitimité.

Nous visons notamment :

- Newsletters croisées (ex. : Indy, Shine, Crème de la Crème)
- Posts co-brandés (ex. : Indy + BLAZED : "3 outils qui changent la vie des freelances")
- Lives LinkedIn / Twitch / Insta à deux voix, sur des sujets comme "Recruter un freelance efficacement" ou "Freelancing sans bullshit"

Ces activations s'intègrent dans un planning éditorial partagé, avec des échanges de visibilité mesurables et sans engagement financier lourd.

Des formats viraux communautaires

Enfin, pour accompagner ce virage, nous lançons une série de mini-challenges communautaires adaptés à TikTok et Instagram. L'objectif est de stimuler la création de contenu UGC (user generated content), en jouant sur l'humour, l'identification et la créativité.

Exemples :

"Ton pire client vs ton meilleur client" (en duet, en sketch)
"Freelance Red Flags" (filmé façon POV)
"Si les plateformes de freelance étaient des gens" (trend parodié)
Nous pourrons y associer les influenceurs identifiés pour amorcer le mouvement, avec des hashtags de marque comme #TeamBlazed ou #FreelanceCash.

GESTION DE PROJET

COORDINATION DE L'ÉQUIPE

NOTRE ÉQUIPE :
UNE TEAM QUI ALLUME TOUT

Chez BLAZED, on ne bosse pas avec des exécutants : on bosse avec des game-changers. Ici, chaque membre de l'équipe est un pilier stratégique, apportant son expertise pour construire la plateforme la plus intuitive, percutante et efficace pour freelances et entreprises. Notre force, c'est la polyvalence et la réactivité.

CAMILLE – RESPONSABLE WEBMARKETING & SOCIAL MEDIA

C'est la stratège digitale de BLAZED. Elle pense SEO, SEA, SMO et engagement, façonne les campagnes marketing et s'assure que chaque action a un impact. Acquisition de trafic, conversion, analyse des datas : rien ne lui échappe. Son objectif ? Faire exploser la visibilité de BLAZED et transformer les visiteurs en utilisateurs actifs.

JUSTINE – COMMUNITY MANAGER

C'est la voix de BLAZED. C'est elle qui fait vibrer la communauté, qui engage les freelances et les entreprises, et qui donne vie à la plateforme sur les réseaux. Entre storytelling puissant, contenu interactif et modération efficace, elle assure une présence digitale forte et authentique sur chaque canal.

MATTHIS – DIRECTEUR ARTISTIQUE

BLAZED a une identité qui claque, et c'est grâce à Matthis. Il est le chef d'orchestre de l'univers visuel, veillant à ce que chaque élément graphique soit impactant, cohérent et inoubliable. Animations, branding, vidéos : tout passe sous son œil expert. Il transforme chaque concept en expérience visuelle forte, qui marque les esprits.

DORINE – DESIGNER GRAPHIQUE

Dorine, c'est l'architecte de l'image. Elle sublime les visuels, crée des designs percutants et reconnaissables, et donne à BLAZED son identité visuelle unique. Que ce soit pour les posts Insta, les assets du site ou les éléments UI de l'application, elle donne du style et du caractère à chaque détail.

ANASTASIA – WEB DESIGN & EXPÉRIENCE UTILISATEUR

L'ergonomie, c'est elle. Anastasia repense chaque détail pour que la plateforme soit fluide, intuitive et agréable à utiliser. Son but ? Offrir une navigation ultra-efficace, un design épuré et un parcours utilisateur optimisé pour que les freelances et les entreprises trouvent leur match en un clin d'œil.

JULIEN – DÉVELOPPEMENT WEB & TECH

Le cerveau derrière l'application. Il code, il optimise, il sécurise. Julien construit une plateforme rapide et performante, en développant un système de matching intelligent et une UX au top. Il veille à ce que chaque fonctionnalité fonctionne à la perfection, pour une expérience utilisateur fluide et sans accroc.

Chacun apporte son talent et sa vision pour faire de BLAZED une révolution dans le freelancing. Innovation, réactivité et ambition sont nos moteurs. Alors, prêt à rejoindre l'aventure ?

RÉPARTITION DES RÔLES ET RESPONSABILITÉS

Chez BLAZED, la réussite du projet repose sur une dynamique de collaboration fluide entre les pôles marketing, création, UX/UI et développement. Chaque membre de l'équipe apporte une expertise clé, et c'est grâce à cette synergie que la plateforme prend vie.

Tout commence avec Camille et Justine, qui établissent les bases marketing et communautaires.

L'analyse du marché, les personas et les stratégies de communication qu'elles définissent sont essentielles pour structurer l'expérience utilisateur et le développement de la plateforme. Sans cette compréhension fine des attentes des freelances et entreprises, impossible d'imaginer une UX efficace ou un algorithme de matching pertinent.

Anastasia entre ensuite en scène.

Grâce aux insights recueillis par Camille et Justine, elle structure l'expérience utilisateur : parcours de navigation, user flow, arborescence et wireframes prennent forme. Son travail garantit que l'interface soit intuitive, optimisée et agréable à utiliser, facilitant ainsi la conversion et l'engagement des utilisateurs.

Pendant ce temps, Matthis et Dorine donnent une identité visuelle à BLAZED.

Le branding ne se limite pas à un logo : ils façonnent une image forte, reconnaissable et impactante. Tous les visuels et supports graphiques sont pensés pour capter l'attention, renforcer l'immersion et maximiser l'impact des campagnes marketing. Anastasiya et Matthis collaborent étroitement pour assurer une cohérence totale entre le design et l'ergonomie de la plateforme.

Une fois les maquettes finalisées, Julien prend le relais.

Son rôle est de traduire visuellement et fonctionnellement l'expérience utilisateur en un site et une application performante. Il développe l'architecture technique, implémente les fonctionnalités clés (matching, paiements, notifications) et optimise les performances et la sécurité. Il travaille en parallèle avec Anastasia pour s'assurer que chaque interaction pensée en UX/UI se traduise efficacement en code.

Enfin, tout est étroitement interconnecté.

Les retours des utilisateurs, collectés par Justine sur les réseaux et via la communauté Discord, alimentent constamment l'évolution de l'UX/UI et du développement. Camille ajuste les stratégies SEO et d'acquisition, tandis que Matthis affine les visuels et l'identité de marque en fonction des performances et des insights des campagnes marketing.

C'est une toile d'araignée où chaque rôle s'imbrique avec les autres, garantissant que BLAZED évolue en permanence pour répondre aux besoins du marché.

COORDINATION ET GESTION D'ÉQUIPE

La réussite du projet BLAZED repose sur une gestion d'équipe fluide et une communication efficace entre les différents pôles. Chacun joue un rôle clé dans le développement de la plateforme, mais la force du projet réside avant tout dans l'articulation et la synchronisation des tâches entre les pôles marketing, design, webdesign et développement.

1. Dès le départ, nous avons mis en place une méthodologie de travail agile, permettant de s'adapter aux imprévus et aux retours utilisateurs, tout en garantissant une progression continue. Chaque étape du projet est pensée en interconnexion avec les autres pôles, assurant une cohérence entre l'image de marque, l'expérience utilisateur et le développement technique.

2. La gestion de projet est centralisée via des outils collaboratifs, permettant une planification claire et un suivi précis des avancées. Nous utilisons Notion pour l'organisation globale et pour la gestion des tâches, un drive pour la centralisation des documents et Teams pour la communication quotidienne. Des points d'équipe hebdomadaires sont organisés pour vérifier l'avancement, ajuster les priorités et résoudre les éventuels blocages.

3. Le marketing et la communication pilotés par Camille et Justine doivent être étroitement liés aux avancées des autres pôles. L'analyse des personas et du marché, réalisée dès le début du projet, est essentielle pour permettre à Anastasiya de structurer l'UX/UI et à Julien d'anticiper les besoins techniques. Les stratégies SEO, SEA et SMO doivent aussi être intégrées en amont pour orienter le développement de la landing page et de l'application vers un modèle optimisé pour la conversion.

4. Le design graphique et webdesign, sous la direction de Matthis et Dorine, s'imbrique directement dans la partie UX/UI. Les wireframes et prototypes créés par Anastasia doivent être en accord avec l'identité visuelle définie pour BLAZED. Le branding doit être fort, impactant et immersif, mais également fonctionnel et intuitif, pour faciliter l'appropriation de l'outil par les utilisateurs.

5. La collaboration avec le développement est constante, car chaque fonctionnalité imaginée par l'équipe UX/UI et validée par le marketing doit être techniquement réalisable. Julien intervient donc dès la phase de conception, en validant les aspects techniques et en anticipant les besoins en infrastructure et en base de données. Une fois le développement lancé, des tests réguliers sont menés pour s'assurer que l'application fonctionne sans friction et respecte les exigences définies par les autres pôles.

Nous avons mis en place un workflow structuré, garantissant que chaque pôle puisse avancer efficacement sans ralentir les autres.
Pour cela :

- Des sprints courts sont organisés pour tester et ajuster rapidement chaque phase du projet.
- Les feedbacks des utilisateurs sont intégrés en temps réel, notamment via les réseaux sociaux et la communauté Discord gérée par Justine.
- Une validation croisée entre pôles permet de s'assurer que chaque livrable est conforme aux attentes globales du projet.

Le but de cette coordination est de fluidifier les échanges, minimiser les pertes de temps et maximiser l'impact de chaque action. BLAZED est un projet ambitieux, qui nécessite une parfaite synchronisation entre les expertises. Grâce à cette gestion agile et structurée, nous nous assurons d'optimiser le temps et les ressources tout en livrant une plateforme aboutie, innovante et performante.

ÉCHÉANCIER GLOBALE DU PROJET

Ce tableau présente le déroulement du projet BLAZED, en détaillant les tâches principales pour chaque pôle et chaque phase clé du développement.

	Études et analyse	Conception	Réalisation	Livraison
Marketing et communication	· SWOT / PESTEL · Stratégie de prix et de distribution	· Conception de l'offre · Stratégie marketing / communication / social media · Plan de communication	· Création de contenus · Exécution des premiers éléments du plan de communication · Optimisation SEO	· Mesure des retombées des actions marketing / communication
Design graphique		· Logo · Identité graphique du projet	· Déclinaisons de l'identité graphique (templates réseaux sociaux, supports de communication, etc.)	
Webdesign	· Cahier des charges	· Arborescence · Maquettage	• Prototypage	· Guide d'utilisation pour le client
Développement		· Validation du périmètre à développer en fonction du projet (ex : CMS pour un site vitrine + prototype figma pour une app') · Choix et justification des outils / technologies utilisées	• Développement	· Mise en ligne du projet · Documentation technique

Ce tableau permet d'assurer une gestion efficace du projet, en alignant les différentes équipes sur des objectifs clairs et des délais précis. La progression se fait par itérations successives, garantissant une flexibilité et une capacité d'adaptation aux retours des utilisateurs et aux ajustements nécessaires.

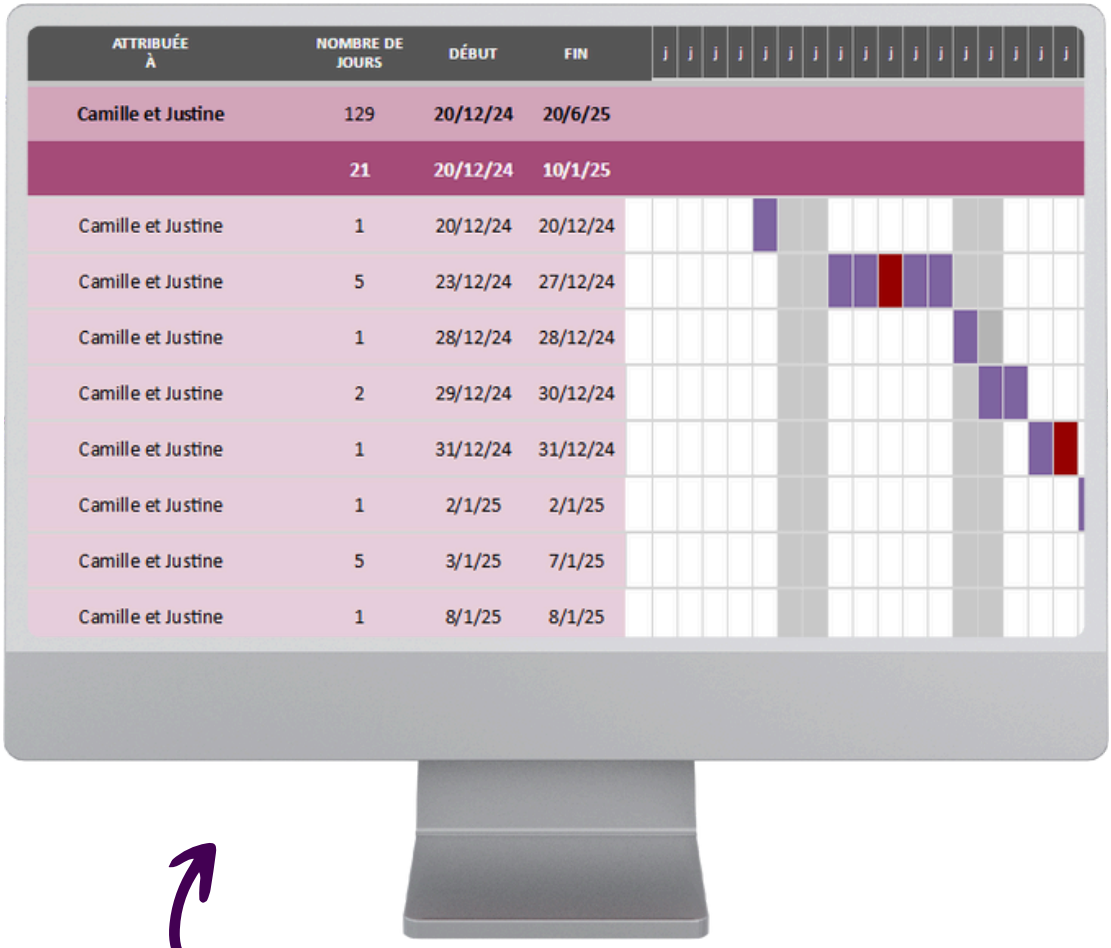
DÉFINITION DES JALONS CLÉS

Domaines	Jalon 0 Lancement du projet 20 DÉCEMBRE 2024	Jalon 1 Études et analyse 10 JANVIER 2025	Jalon 2 Conception 21 FÉVRIER 2025	Jalon 3 Réalisation 4 AVRIL 2025	Jalon 4 Livraison 7 MAI 2025
Livrables collectifs Equipe projet	• Choix projet • Organisation de l'équipe • Mise en place outils gestion de projet, planification	• Etude de marché • Analyse concurrentielle • Recherches sur les cibles / entretiens utilisateurs, personas	• Idéation / conception de la solution • Branding : vision, mission / raison d'être, identité de marque	• Conformité RGPD • Rédaction des CGV et/ou CGU	• Tests utilisateurs et recettage • Mise en forme dossier • Préparation soutenance
Webmarketing et social media		• SWOT, PESTEL • Stratégie marketing	• Parcours client • Personnalisation de l'offre produit ou service • Stratégies SEO, SEA, social media • Plan d'action marketing digital	• Mise en oeuvre de la stratégie SEO, SEA, social media	• Tableau de reporting de l'activité marketing digital • Proposition d'ajustements des actions de marketing digital
Création numérique		• Cahier des charges du projet graphique	• Note d'intention • 3 pistes de logo + logo retenu • Identité graphique du projet • Maquette de conception graphique	• Maquette finale • Planification, pilotage et supervision des déclinaisons prévues	• Projet finalisé • Mise en production et/ou fabrication
Webdesign		• Collecte et analyse des données utilisateurs • Scenarii utilisateurs • Cahier des charges fonctionnel	• Arborescence et/ou user flow • Wireframe • Maquettage et prototypage	· Tests utilisateurs sur prototype · Corrections · Intégration web	· Mise en ligne du projet · Mise en place d'outils d'analyse · Guide d'utilisation pour le client
Développeur web		• Analyse du besoin utilisateur • Conception technique et fonctionnelle	• Modélisation UML • Création du MCD/MPD • Choix et validation des technologies (MVP)	• Développement • Mise en place des tests (unitaires, fonctionnels) • Déploiement et intégration en continu	• Documentation technique

PLANNING PRÉVISIONNEL

DIAGRAMME DE GANTT

Voici le planning détaillé de notre projet, couvrant la période du 20 décembre 2024 au 07 mai 2025. Chaque étape a été pensée pour assurer une progression fluide et une organisation efficace, tout en respectant nos priorités stratégiques. Ce calendrier nous permettra d'intégrer nos analyses et ajustements en continu afin d'obtenir des livrables de qualité, alignés avec nos objectifs marketing.



ATTRIBUÉE À	NOMBRE DE JOURS	DÉBUT	FIN
Camille et Justine	129	**20/12/24**	**20/6/25**
	21	20/12/24	10/1/25
Camille et Justine	1	20/12/24	20/12/24
Camille et Justine	5	23/12/24	27/12/24
Camille et Justine	1	28/12/24	28/12/24
Camille et Justine	2	29/12/24	30/12/24
Camille et Justine	1	31/12/24	31/12/24
Camille et Justine	1	2/1/25	2/1/25
Camille et Justine	5	3/1/25	7/1/25
Camille et Justine	1	8/1/25	8/1/25

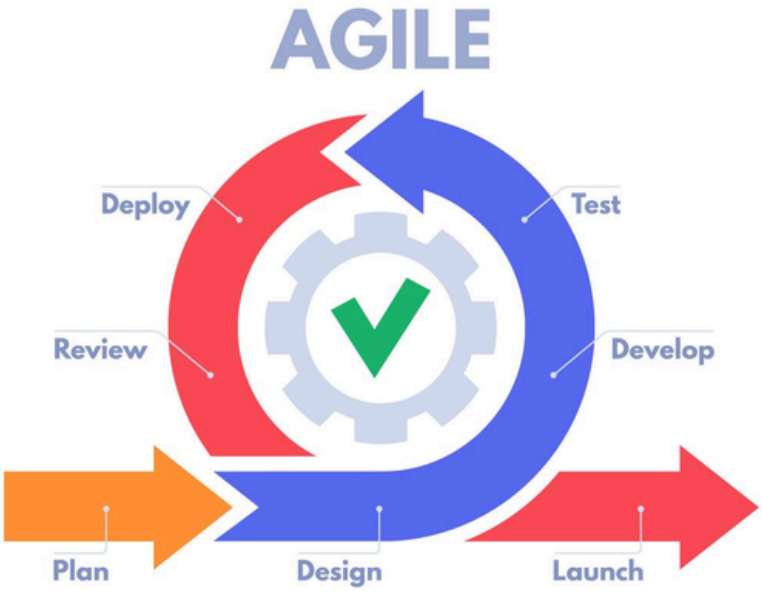
Notre planning de Gantt

Ce planning est conçu pour garantir une avancée structurée et une prise de décision éclairée à chaque jalon. Nous veillerons à respecter les délais tout en assurant une exécution rigoureuse des différentes phases. Grâce à ce suivi précis, nous aurons une visibilité claire sur l'évolution de notre projet et pourrons ajuster notre approche si nécessaire.

LES OUTILS COLLABORATIFS

MÉTHODOLOGIE AGILE

L'agilité est au cœur du développement de BLAZED, garantissant flexibilité, efficacité et réactivité tout au long du projet. Pour assurer une progression fluide et maîtrisée, nous structurerons le travail en cycles courts appelés sprints, d'une durée d'environ deux semaines chacun.



Chaque sprint aboutira à des livrables intermédiaires concrets, comme des wireframes validés, des prototypes interactifs ou des modules de développement testés. À la fin de chaque sprint, une review sera organisée pour faire le point sur les avancées, ajuster les priorités et intégrer les retours de l'équipe.
Une réunion quotidienne sous forme de stand-up meeting permettra de synchroniser les progrès, d'identifier les éventuels blocages et de s'assurer que chaque pôle avance en cohérence avec les autres.

Cette approche favorise :

- **Réactivité :** toute évolution du projet, ajustement stratégique ou changement de priorité peut être intégré rapidement, sans remettre en cause l'ensemble du développement.
- **Visibilité :** un suivi constant permet à l'ensemble de l'équipe de garder une vision claire des objectifs et de l'état d'avancement du projet.
- **Qualité :** les validations régulières et les tests intermédiaires assurent une correction continue des erreurs et un alignement optimal des livrables avec les attentes du projet.

Grâce à cette méthodologie agile et itérative, BLAZED évoluera de manière fluide et progressive, garantissant un produit final abouti, fonctionnel et en adéquation avec les besoins des utilisateurs.

LE BACKLOG PRODUIT

OUTILS DE GESTION DE PROJET

Pour assurer une coordination fluide et un suivi efficace du projet BLAZED, nous avons mis en place une suite d'outils collaboratifs conçue pour optimiser la gestion des tâches, la communication et le partage des documents. Chaque outil est utilisé de manière stratégique et complémentaire, afin de garantir une exécution efficace du projet, tout en offrant une visibilité claire sur l'état d'avancement.

Nous avons structuré notre environnement de travail autour de trois axes fondamentaux : l'organisation et le suivi des tâches, la communication interne et la centralisation des documents. Cela nous permet d'optimiser la productivité, de fluidifier les échanges et d'assurer une coordination efficace entre les pôles (marketing, design, UX/UI et développement).

ORGANISATION ET SUIVI DES TÂCHES – NOTION

Nous utilisons Notion comme plateforme centrale de gestion de projet, permettant de structurer les tâches, d'assigner les responsabilités et d'assurer un suivi précis des avancées.

Chaque membre de l'équipe dispose d'un espace dédié à son domaine, lui permettant d'avoir une vision claire de ses tâches spécifiques tout en restant connecté aux autres pôles. Cette organisation facilite l'autonomie et la coordination interdisciplinaire.

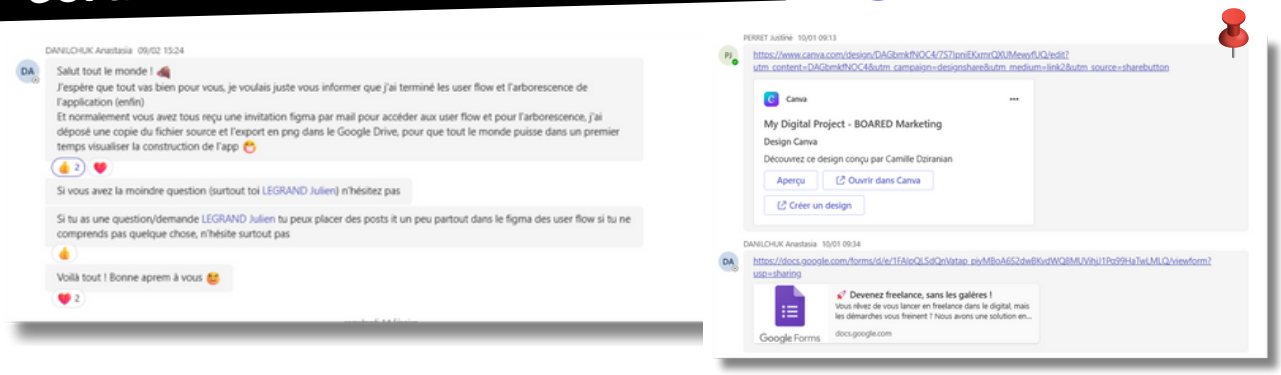
Les tâches sont classées sous forme de cartes dynamiques, organisées en colonnes :

- **À faire :** toutes les tâches en attente de traitement.
- **En cours :** les tâches actuellement en cours de développement ou de validation.
- **Terminé :** les livrables finalisés et validés.

Cette approche permet à chacun de visualiser en temps réel l'évolution du projet, d'anticiper les dépendances entre tâches et d'éviter les blocages en ajustant rapidement les priorités.

LES OUTILS COLLABORATIFS

COMMUNICATION INTERNE – TEAMS



Pour assurer une communication fluide et réactive au sein du projet BLAZED, nous utilisons Microsoft Teams pour la messagerie instantanée et Google Meet pour les réunions de synchronisation.

Microsoft Teams nous permet d'échanger en temps réel, de faciliter les interactions entre les membres de l'équipe et de réagir rapidement aux besoins et ajustements du projet. Grâce à cette solution, nous pouvons maintenir une collaboration continue et éviter les blocages liés à l'attente de réponses.

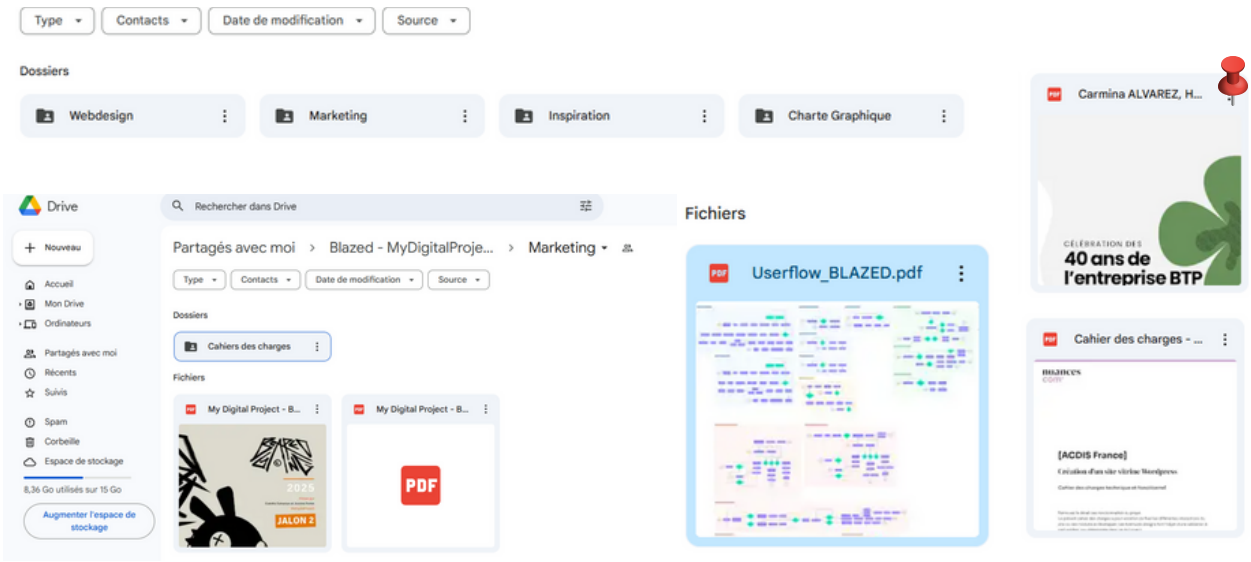
Pour structurer la gestion des réunions et garantir un suivi efficace des avancées, nous avons mis en place un calendrier précis de synchronisation via Google Meet :

- **Stand-up meetings hebdomadaires (via Teams) :** chaque membre partage ses avancées, ses éventuelles difficultés et ses priorités de la semaine.
- **Sprint reviews toutes les deux semaines (via Google Meet) :** ces réunions permettent de valider les livrables intermédiaires, d'ajuster les priorités et d'intégrer les retours des différents pôles.
- **Réunions stratégiques mensuelles (via Google Meet) :** ces sessions servent à faire un point global sur l'évolution du projet, synchroniser les équipes et anticiper les prochaines phases de développement.

Cette organisation permet d'assurer une coordination optimale entre tous les pôles, garantissant une progression fluide et une exécution efficace des différentes étapes du projet.

LES OUTILS COLLABORATIFS

STOCKAGE ET CENTRALISATION – GOOGLE DRIVE



Tous les documents stratégiques et opérationnels sont centralisés sur Google Drive, garantissant un accès structuré et sécurisé aux fichiers clés du projet.

Les documents sont organisés par catégorie pour faciliter leur accessibilité et consultation :

- **Dossiers Marketing :** analyses de marché, études concurrentielles, stratégie de contenu et reporting KPI.
- **Dossiers UX/UI :** wireframes, maquettes haute fidélité, parcours utilisateurs et documentation produit.
- **Dossiers Développement :** spécifications techniques, bases de données, API et documentation de code.
- **Dossiers Création Visuelle :** branding, templates graphiques et assets pour les réseaux sociaux.

Chaque document est soumis à un système de permissions, assurant que seuls les membres concernés peuvent modifier ou valider les fichiers stratégiques. Cette centralisation permet d'éviter la perte d'informations et de garantir un accès rapide aux ressources essentielles.

Google Drive facilite également le travail collaboratif, permettant d'éditer des documents en simultané, d'ajouter des commentaires et d'assurer une mise à jour en temps réel.

Grâce à cette synergie entre Notion, Teams et Google Drive, notre équipe bénéficie d'un environnement de travail structuré, agile et performant, où chaque membre a un espace dédié à son domaine tout en restant connecté aux objectifs globaux du projet. Cette organisation nous permet d'être réactifs, alignés et efficaces, garantissant une progression fluide et une livraison optimisée de la plateforme.

TECHNOLOGIES DE DÉVELOPPEMENT

MARKETING ET COMMUNICATION

Pour maximiser la visibilité et l'acquisition sur BLAZED, nous utilisons Canva et Illustrator pour la création visuelle, Google Alerts pour la veille stratégique, et Brevo pour la gestion des campagnes et newsletters. WordPress et Elementor assurent l'optimisation de notre landing page, tandis que Google Ads, Meta Ads et LinkedIn Ads pilotent nos campagnes payantes. Ahrefs et Google Analytics nous permettent d'affiner notre SEO et d'analyser nos performances pour une stratégie digitale efficace.

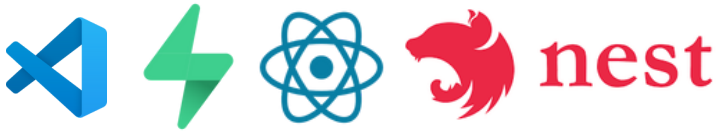
WEBDESIGN & UX/UI

Pour structurer et optimiser l'expérience utilisateur de BLAZED, nous utilisons Figma et FigJam pour la conception des wireframes et prototypes interactifs, ainsi que Miro et Xmind pour la cartographie des parcours utilisateurs et l'arborescence. VSCode est utilisé pour l'intégration de la landing page, garantissant une performance optimale. Discord facilite la gestion des tâches et la communication. Pour le design et la mise en page, InDesign, Photoshop et Illustrator seront également mobilisés en fonction des besoins spécifiques du projet.

CRÉATION NUMÉRIQUE

Pour garantir une identité visuelle forte et un contenu percutant, BLAZED s'appuie sur la suite Adobe. Photoshop, Illustrator et InDesign sont utilisés pour la conception graphique, la mise en page et les supports de communication. Premiere Pro et After Effects permettent la création de vidéos dynamiques et d'animations engageantes, essentielles pour nos campagnes digitales.

WEB DÉVELOPPEMENT



Le développement de BLAZED s'appuie sur VSCode pour l'édition, ReactJS pour le front-end, NestJS pour le back-end et Supabase pour la gestion des données et l'authentification.

BUDGETISATION

COÛT TOTAL DU PROJET

BUDGET PRÉVISONNEL

LE BUDGET RÉEL NÉCESSAIRE AU PROJET

Comme nous sommes à l'initiative de ce projet, nous ne prévoyons aucune rémunération personnelle à ce stade. En revanche, pour garantir son lancement dans des conditions professionnelles, nous avons estimé les besoins réels en ressources à travers l'ensemble des pôles clés : marketing, technique, design, juridique et développement produit.

Cela nous permet d'anticiper les moyens nécessaires pour mener chaque mission à bien, qu'il s'agisse de production de contenus, de campagnes publicitaires, de développement web, de branding ou encore de structuration de l'offre. Le budget global prévisionnel s'élève à 108 710 €, toutes spécialités confondues. Ce montant reflète le coût concret de mise en œuvre du projet, poste par poste, pour assurer un démarrage cohérent, crédible et ambitieux.

📌 FINANCEMENT DU PROJET

Pour assurer la viabilité et le bon déroulement du projet, plusieurs sources de financement seront mobilisées. Nous envisageons trois principales options : un investisseur, un crédit ou une campagne de crowdfunding.

L'investissement nous permettrait de sécuriser des fonds rapidement pour le développement et le lancement, tandis que le crowdfunding pourrait être une excellente opportunité pour valider l'intérêt du marché tout en mobilisant une communauté engagée autour de BLAZED.

En complément, nous explorerons également les subventions et aides dédiées aux start-ups tech et aux plateformes innovantes, afin de maximiser notre budget tout en optimisant les ressources. Un business plan détaillé sera établi pour convaincre les financeurs et investisseurs potentiels, avec une projection claire sur la rentabilité et la scalabilité du projet.

BUDGET DÉTAILLÉ PAR TÂCHE

MARKETING ET COMMUNICATION 📨

Tâche	Personne	Date de début	Date de fin	Jours	Coût Total (€)
Étude de marché	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	20 déc. 2024	29 déc. 2024	10	1 800
Analyse concurrentielle	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	30 déc. 2024	6 jan. 2025	8	1 440
Définition des personas et besoins	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	7 jan. 2025	12 jan. 2025	6	1 080
Stratégie marketing et communication	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	13 jan. 2025	23 jan. 2025	11	1 980
Création de contenu et réseaux sociaux	Justine – Community Manager	24 jan. 2025	10 fév. 2025	18	2 700
Conception et gestion du plan éditorial	Justine – Community Manager	11 fév. 2025	21 fév. 2025	11	1 650
Mise en place des campagnes de teasing	Justine – Community Manager	22 fév. 2025	10 mars 2025	17	2 550
Analyse SEO et optimisation des mots-clés	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	11 mars 2025	18 mars 2025	8	1 440
Gestion et animation communauté	Justine – Community Manager	19 mars 2025	10 avril 2025	23	3 450
Lancement des campagnes Google Ads	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	11 avril 2025	21 avril 2025	11	1 980
Lancement des campagnes Meta et LinkedIn Ads	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	22 avril 2025	5 mai 2025	14	2 520
Analyse des KPI et ajustement des stratégies	Camille – Responsable Webmarketing & Social Media	6 mai 2025	7 mai 2025	2	360

📌 TOTAL ESTIMÉ : 22 350 €

Ce budget couvre toutes les tâches marketing essentielles au lancement et au développement de BLAZED, incluant l'analyse de marché, la stratégie, la création de contenu, les campagnes publicitaires et l'optimisation SEO.

BUDGET DÉTAILLÉ PAR TÂCHE

WEBDESIGN & UX/UI💻

Tâche	Personne	Date de début	Date de fin	Jours	Coût Total (€)
Analyse des besoins utilisateurs	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	20 déc. 2024	29 déc. 2024	10	1 920
Conception des questionnaires utilisateurs	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	30 déc. 2024	5 jan. 2025	7	1 344
Analyse des données et création des personas	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	6 jan. 2025	12 jan. 2025	7	1 344
Customer Journey Mapping et User Story	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	13 jan. 2025	22 jan. 2025	10	1 920
Définition et ajustement de l'arborescence	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	23 jan. 2025	30 jan. 2025	8	1 536
User Flow et Wireframes (application mobile)	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	31 jan. 2025	15 fév. 2025	16	3 072
Prototypage interactif (application mobile)	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	16 fév. 2025	29 fév. 2025	14	2 688
Tests utilisateurs sur prototype et ajustements	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	1er mars 2025	10 mars 2025	10	1 920
Maquettage et prototypage (landing page)	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	11 mars 2025	22 mars 2025	12	2 304
Intégration web de la landing page	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	23 mars 2025	5 avril 2025	14	2 688
Corrections et finalisation UX/UI	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	6 avril 2025	19 avril 2025	14	2 688
Rédaction du guide d'utilisation	Anastasia – Webdesigner & UX/UI	20 avril 2025	7 mai 2025	18	3 456

📌 TOTAL ESTIMÉ : 26 880 €

Ce budget couvre toutes les étapes du webdesign et de l'UX/UI pour BLAZED, incluant l'analyse des utilisateurs, les wireframes, le prototypage, les tests et l'intégration de la landing page.

BUDGET DÉTAILLÉ PAR TÂCHE

CRÉATION NUMÉRIQUE 🎨

Tâche	Personne	Date de début	Date de fin	Jours	Coût Total (€)
Définition de l'identité visuelle	Matthis – Directeur Artistique	20 déc. 2024	29 déc. 2024	10	2 100
Conception de 3 propositions de logo	Matthis – Directeur Artistique	30 déc. 2024	7 jan. 2025	9	1 890
Finalisation et déclinaison du logo	Matthis – Directeur Artistique	8 jan. 2025	15 jan. 2025	8	1 680
Création de la charte graphique	Matthis – Directeur Artistique	16 jan. 2025	25 jan. 2025	10	2 100
Déclinaisons graphiques pour supports digitaux	Dorine – Designer Graphique	26 jan. 2025	5 fév. 2025	11	1 980
Création des templates réseaux sociaux	Dorine – Designer Graphique	6 fév. 2025	15 fév. 2025	10	1 800
Conception des éléments visuels pour la landing page	Dorine – Designer Graphique	16 fév. 2025	26 fév. 2025	11	1 980
Production des assets pour l'application mobile	Dorine – Designer Graphique	27 fév. 2025	9 mars 2025	11	1 980
Création de contenus animés (motion design)	Matthis – Directeur Artistique	10 mars 2025	20 mars 2025	11	2 310
Montage vidéo pour les campagnes publicitaires	Matthis – Directeur Artistique	21 mars 2025	31 mars 2025	11	2 310
Corrections et ajustements graphiques	Dorine – Designer Graphique	1er avril 2025	10 avril 2025	10	1 800
Production finale des assets pour le lancement	Matthis – Directeur Artistique	11 avril 2025	21 avril 2025	11	2 310
Optimisation et retouches finales	Dorine – Designer Graphique	22 avril 2025	7 mai 2025	16	2 880

📌 TOTAL ESTIMÉ : 26 120 €

Ce budget couvre toutes les étapes de la création numérique pour BLAZED, incluant l'identité visuelle, les assets graphiques, les animations et le motion design.

BUDGET DÉTAILLÉ PAR TÂCHE

WEB DÉVELOPPEMENT 🛠️

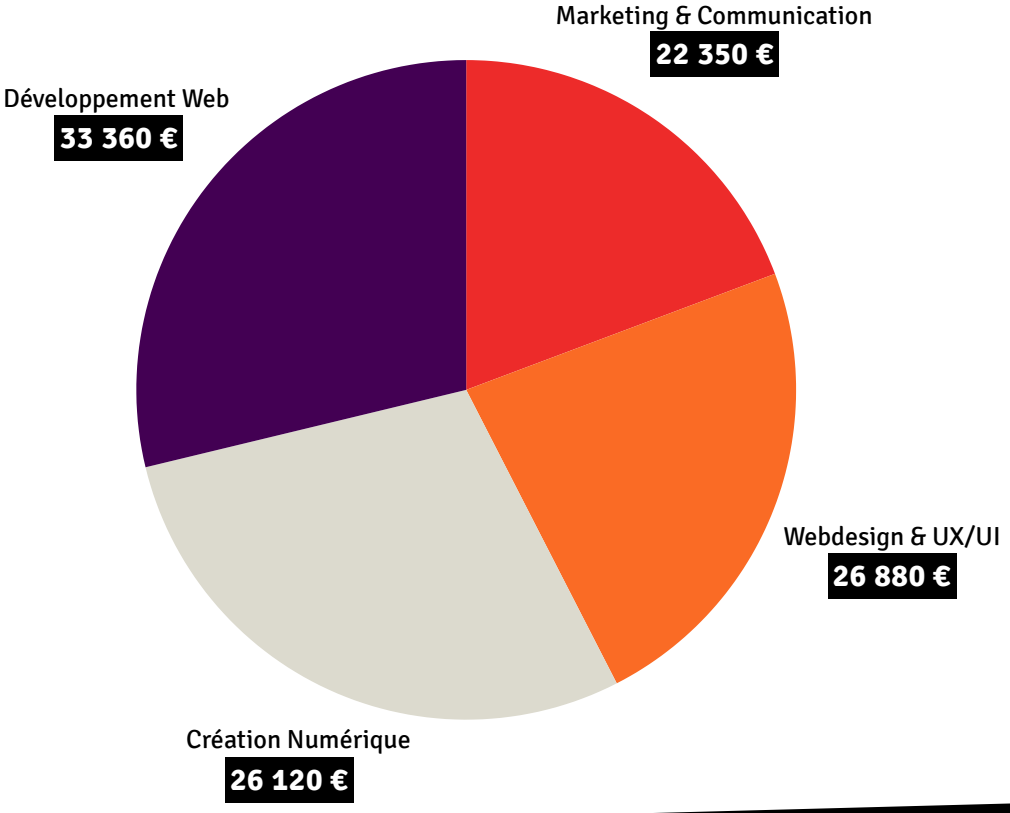
Tâche	Personne	Date de début	Date de fin	Jours	Coût Total (€)
Analyse des besoins techniques	Julien – Développeur Web	20 déc. 2024	29 déc. 2024	10	2 400
Conception de l'architecture technique	Julien – Développeur Web	30 déc. 2024	7 jan. 2025	9	2 160
Modélisation UML et bases de données	Julien – Développeur Web	8 jan. 2025	18 jan. 2025	11	2 640
Développement back-end (NestJS)	Julien – Développeur Web	19 jan. 2025	15 fév. 2025	28	6 720
Développement front-end (ReactJS)	Julien – Développeur Web	16 fév. 2025	15 mars 2025	28	6 720
Intégration de l'API et base de données (Supabase)	Julien – Développeur Web	16 mars 2025	30 mars 2025	15	3 600
Développement et tests unitaires	Julien – Développeur Web	31 mars 2025	15 avril 2025	16	3 840
Optimisation des performances et SEO technique	Julien – Développeur Web	16 avril 2025	25 avril 2025	10	2 400
Déploiement de la landing page et de l'application	Julien – Développeur Web	26 avril 2025	5 mai 2025	10	2 400
Rédaction de la documentation technique	Julien – Développeur Web	6 mai 2025	7 mai 2025	2	480

📌 TOTAL ESTIMÉ : 33 360 €

Ce budget couvre toutes les étapes du développement web pour BLAZED, incluant la conception technique, le développement back-end et front-end, l'intégration API, les tests et le déploiement final.

CALCUL DU TOTAL DU BUDGET

📌 RÉSUMÉ DU BUDGET TOTAL



TOTAL GÉNÉRAL 💰 : 108 710 €

Le budget de BLAZED est réparti sur six mois, suivant une progression structurée pour optimiser chaque phase du projet

.

Les trois premiers mois sont consacrés à la stratégie et à la conception. L'équipe travaille sur l'étude de marché, l'identité visuelle, les wireframes et le prototypage UX/UI, tandis que le développement technique pose les bases de l'architecture et des bases de données.

Le quatrième mois marque le début de la production intensive. La création de contenu s'accélère avec les templates réseaux sociaux et les premiers supports de communication. En parallèle, le développement front-end et back-end progresse avec l'intégration de la landing page et des premiers tests techniques.

Le cinquième mois est dédié aux ajustements et optimisations. Les tests utilisateurs permettent d'améliorer l'expérience, tandis que les campagnes publicitaires et la stratégie SEO sont mises en place pour assurer un bon référencement et une acquisition efficace.

Le dernier mois est focalisé sur le lancement et la mise en ligne. La plateforme est finalisée, les campagnes de communication sont activées et les performances sont suivies en temps réel pour maximiser l'impact. Cette répartition garantit une montée en puissance progressive et un lancement optimisé.

CALCUL DU TOTAL DU BUDGET
ANALYSE ROI (RETOUR SUR INVESTISSEMENT)

L'objectif du projet BLAZED est de garantir un retour sur investissement rapide et progressif en maximisant l'acquisition et la fidélisation des utilisateurs. Pour cela, l'analyse du ROI repose sur trois axes majeurs : les coûts initiaux, les sources de revenus et la rentabilité attendue.

Le budget total du projet s'élève à **108 710 €**, couvrant le développement de la plateforme, la stratégie marketing et communication, la création de contenu et la mise en ligne. Afin d'amortir ces coûts, plusieurs leviers de monétisation sont activés dès le lancement.

1. MODÈLE ÉCONOMIQUE ET REVENUS ATTENDUS

BLAZED adopte un modèle freemium avec des abonnements premium pour les freelances et les entreprises, ainsi que des commissions sur certaines transactions.

- **Abonnements premium** : Entreprises et freelances ont accès à des fonctionnalités avancées moyennant un abonnement mensuel ou annuel.
- **Mises en avant sponsorisées** : Possibilité pour les freelances et entreprises de payer pour apparaître en priorité dans les résultats de recherche.
- **Frais de service sur transactions** : Une faible commission sur certaines fonctionnalités optionnelles.

En ciblant **5 000 inscriptions** les **trois premiers mois**, dont **10% convertis en abonnements payants**, avec un panier moyen de **20€/mois**, cela représenterait environ **10 000 €/mois** de revenus récurrents dès le **M+3**.

2. SEUIL DE RENTABILITÉ ET AMORTISSEMENT DES COÛTS

Avec une montée en charge progressive, nous estimons atteindre un équilibre financier entre M+6 et M+12.

- À partir de 1 000 abonnés actifs, le projet couvrirait ses frais opérationnels et amorcerait sa rentabilité.

Une croissance de 15 à 20% par mois permettrait d'atteindre un chiffre d'affaires de 100 000 € sur la première année, couvrant ainsi les coûts initiaux et générant du profit.

3. OPTIMISATION DU ROI ET AJUSTEMENTS STRATÉGIQUES

Pour accélérer le retour sur investissement, nous mettrons en place un suivi régulier des KPIs, ajustant la stratégie marketing et commerciale en fonction des performances observées.

L'objectif est de maximiser le taux de conversion des visiteurs en utilisateurs actifs, d'optimiser les campagnes publicitaires pour réduire le coût d'acquisition client (CAC) et d'améliorer la fidélisation grâce à des offres personnalisées et un service de qualité.

Grâce à cette approche, BLAZED vise une rentabilité progressive, avec une scalabilité forte permettant de sécuriser des financements supplémentaires et d'accélérer son développement.

📌 CALCUL DU RETOUR SUR INVESTISSEMENT (ROI)

ÉLEMENTS	VALEUR (€)
Coût total	108 710€
Revenu mensuel estimé	10 000€
Durée d'amortissement (mois)	12 mois
Bénéfice net	11 290€
ROI (%)	10.38%

LE ROI SE CALCULE AVEC LA FORMULE SUIVANTE :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Bénéfice Net}}{\text{Coût Total}} \times 100$$

VOICI LE DÉTAIL DES CALCULS :

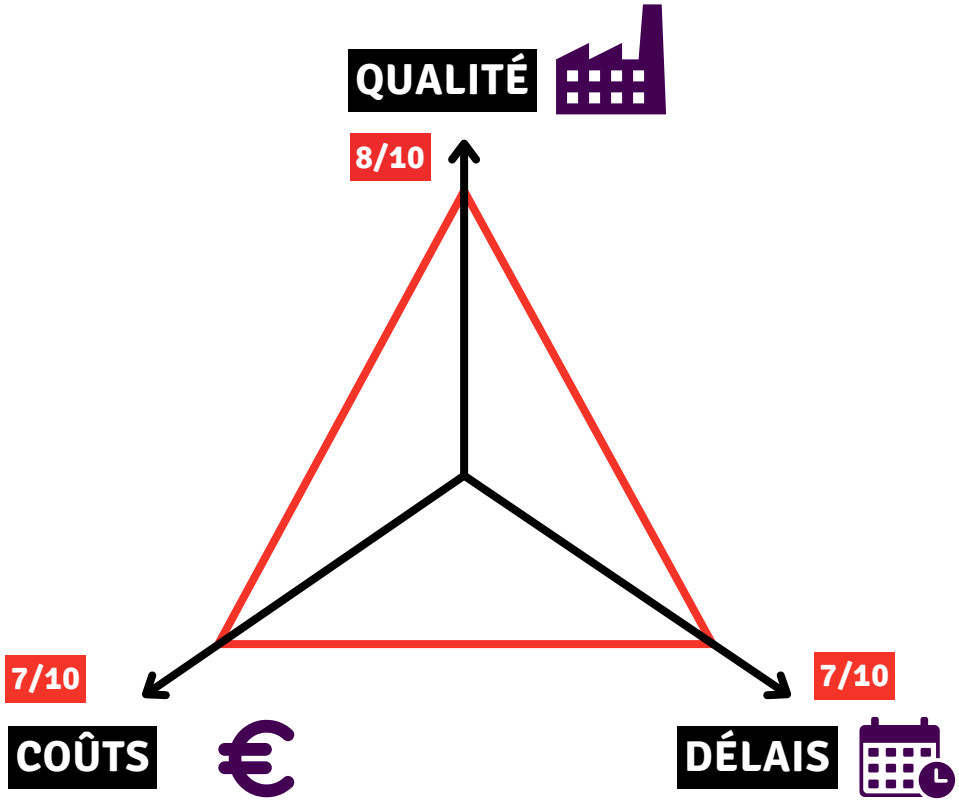
L'analyse du retour sur investissement (ROI) de BLAZED sur les 6 mois de production permet d'évaluer la rentabilité du projet sur une période d'un an après son lancement. Le coût du projet de décembre 2024 à Mai 2025 s'élève à 108 710 €, couvrant l'ensemble des dépenses liées au développement, au marketing, au design et aux campagnes de communication.

Avec un revenu mensuel estimé de 10 000 € généré principalement par les abonnements premium et les mises en avant sponsorisées, le revenu total sur 12 mois atteint 120 000 €. En soustrayant les coûts de lancement, le bénéfice net après un an s'élève à 11 290 €.

Le ROI calculé est de 10,4 %, ce qui indique que BLAZED atteindra sa rentabilité dès la première année. La croissance progressive du nombre d'abonnés et l'optimisation des stratégies d'acquisition permettront d'accélérer ce retour sur investissement, renforçant ainsi la viabilité économique du projet.

JUSTIFICATION AVEC LE TRIANGLE QUALITÉ-COÛT-DÉLAI

La qualité est une priorité pour assurer une expérience utilisateur fluide et engageante. Cela implique un design UX/UI bien pensé, un développement technique optimisé et une identité visuelle impactante. Nous avons alloué un budget conséquent au développement web et au webdesign, garantissant une plateforme intuitive, rapide et sécurisée. De plus, l'investissement dans une stratégie marketing solide permettra une visibilité optimale dès le lancement.



Le budget total de 108 710 € est calculé pour couvrir l'ensemble des besoins stratégiques et techniques du projet sans dépenses superflues. Chaque pôle bénéficie d'un financement équilibré, permettant de maximiser l'impact du projet sans compromettre la qualité. Nous avons fait le choix d'un modèle scalable : les ressources investies aujourd'hui permettront une montée en puissance progressive et une rentabilité à moyen terme.

Le projet est structuré sur six mois, avec des jalons précis pour assurer une progression fluide et un respect des délais. Cette organisation permet d'éviter tout retard en garantissant une bonne répartition des tâches entre les pôles. L'agilité de notre méthodologie (sprints courts et itérations continues) assure une adaptation rapide aux imprévus et une optimisation des processus de production.

CONCLUSION

PROJET BLAZED

BLAZED, C'EST PLUS QU'UN PROJET. C'EST UNE CONVICTION.

Celle que le monde du freelancing mérite mieux. Mieux que des plateformes impersonnelles. Mieux que des algorithmes qui ignorent les vraies compétences. Mieux que des relations superficielles entre freelances et entreprises. Nous, on veut du concret. De l'efficace. Du juste.

Aujourd'hui, des milliers de freelances cherchent à se lancer, à se faire une place, à travailler autrement. En face, des entreprises peinent à recruter rapidement, à identifier les bons profils, à intégrer les talents dans des équipes opérationnelles. Le constat est clair : il y a un décalage. Une fracture. Une tension.
BLAZED, c'est notre réponse.

On a conçu une plateforme qui ne se contente pas de "connecter". On a pensé chaque fonction pour fluidifier, accélérer, valoriser. Matching intelligent, espace collaboratif, interface pensée pour la performance, système de mission guidée, gestion administrative intégrée... Chaque brique est là pour résoudre un vrai blocage, vécu sur le terrain, et souvent ignoré.

CE PROJET, ON Y CROIT. VRAIMENT.

Parce qu'on est cette génération qui a grandi avec le digital, mais qui refuse l'automatisme vide de sens.
Parce qu'on est entourés de freelances qui galèrent à se lancer.
Parce qu'on a vu trop d'entreprises perdre du temps à chercher et renoncer.

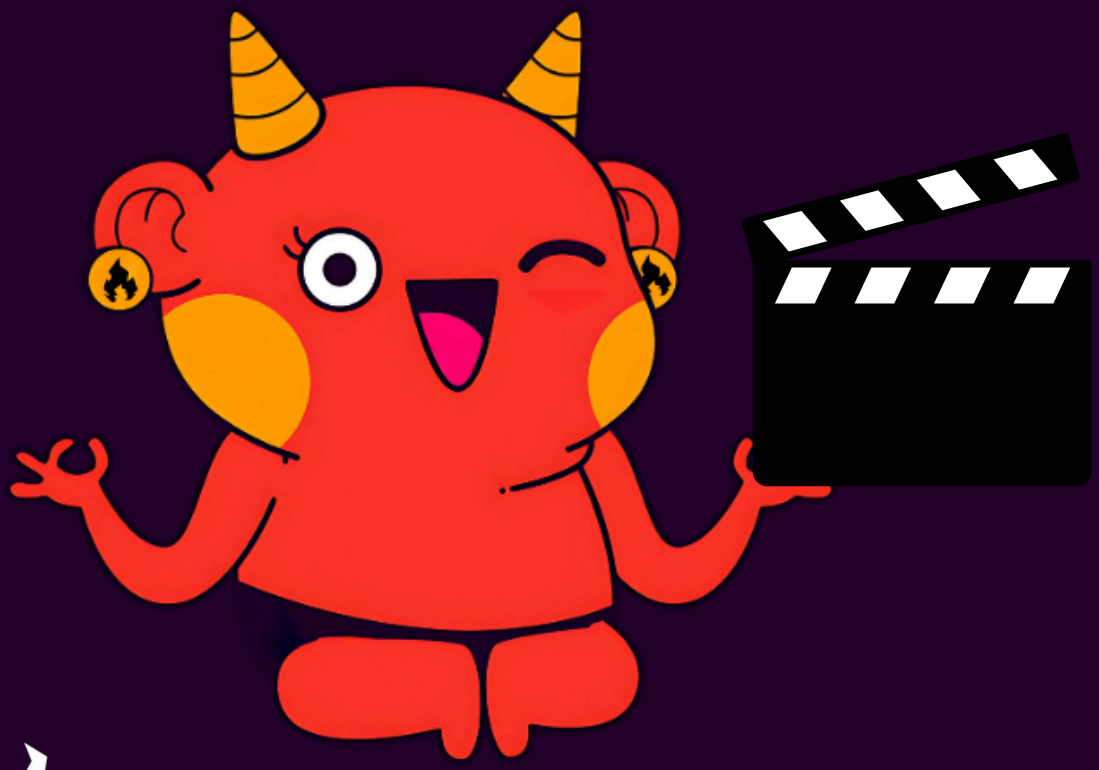
BLAZED est né d'un besoin réel, porté par une équipe complète : stratégie, développement, UX/UI, marketing, création de contenu, branding. On a bossé chaque étape. On a validé notre concept avec une analyse marché poussée, une étude concurrentielle, des enquêtes utilisateurs. On sait où on va, pourquoi on y va, et avec qui.

Ce qu'on cherche, ce n'est pas juste un financement.
C'est un partenaire. Un regard aligné. Un investisseur qui voit, comme nous, que l'avenir du travail passera par des solutions plus humaines, plus ciblées, plus vivantes.
Un investisseur qui comprend que l'ambition ne s'improvise pas — elle se construit.

BLAZED, ON L'A PENSÉ POUR CELLES ET CEUX QUI VEULENT TRAVAILLER AUTREMENT.

Et on espère sincèrement que vous en ferez partie.

MyDigitalSchool Lyon 2024-2025



blazed

FIN.