blazed

SWIPE. MATCH. GAGNE.

Camille DZIRANIAN · Justine PERRET · Julien LEGRAND · Anastasia DANILCHUK · Matthis VERNIORY · Dorine FERREIRA

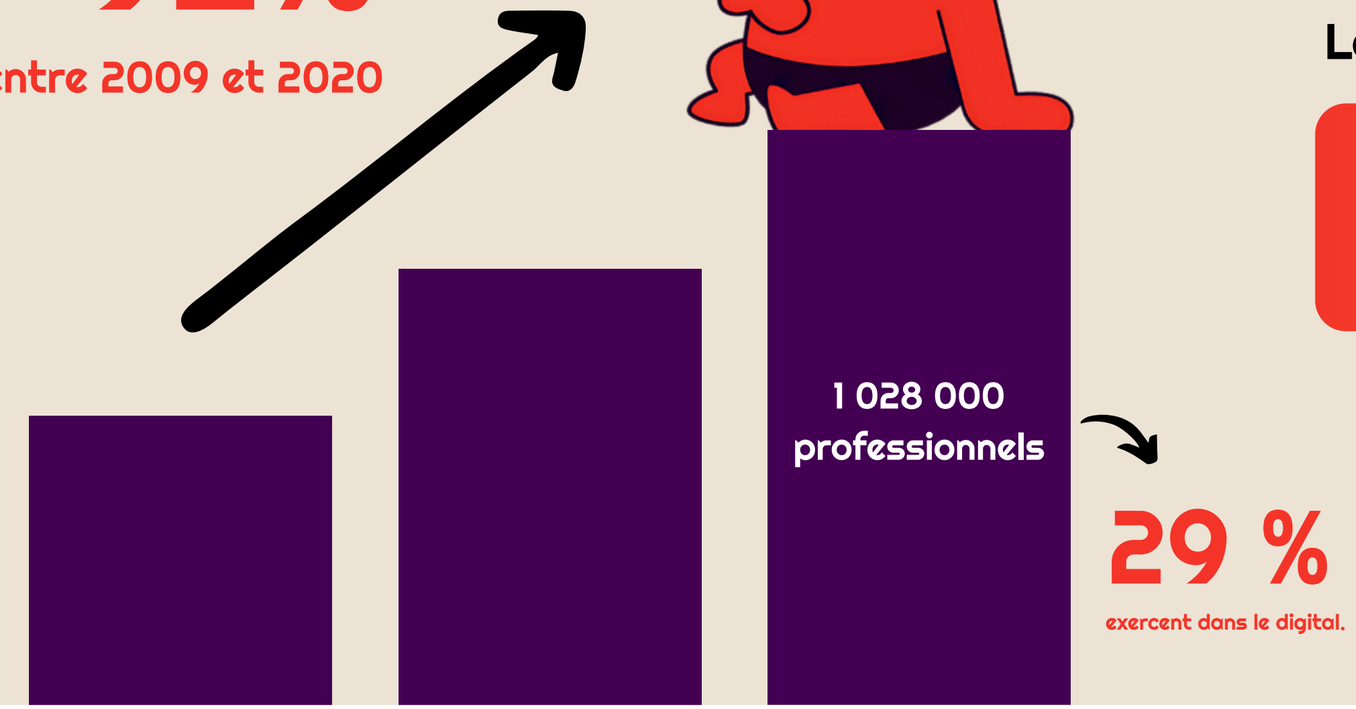
MyDigitalSchool · Lyon · 2024-2025

L'équipe BLAZED

Etude de marché

+92%

entre 2009 et 2020



29 %

exercent dans le digital.

Le freelancing n'est plus une tendance !

C'est une réalité économique puissante.

Etude de marché

70 % des freelances

déclarent utiliser des marketplaces

Le marché est fragmenté, la compétition est rude, et beaucoup d'acteurs peinent à se différencier ou à fidéliser.

Besoin du marché

Les entreprises peinent à recruter des freelances qualifiés rapidement.

+65%

des entreprises

Frein au développement.

1/5

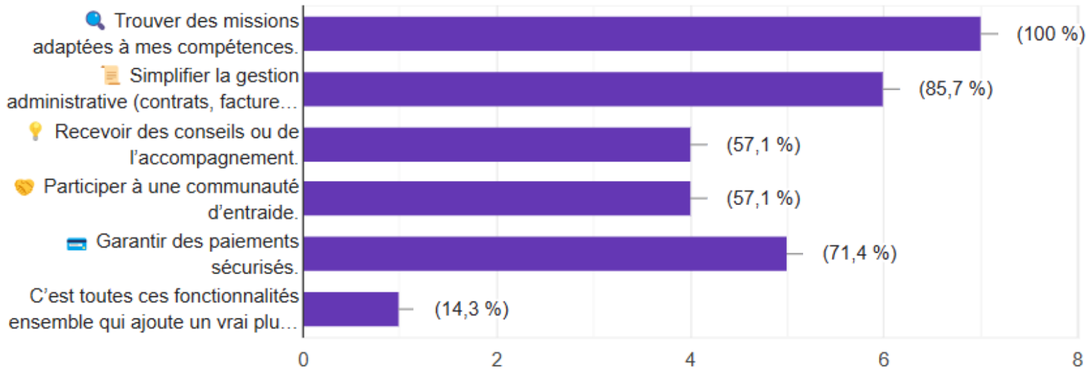
des utilisateurs insatisfait

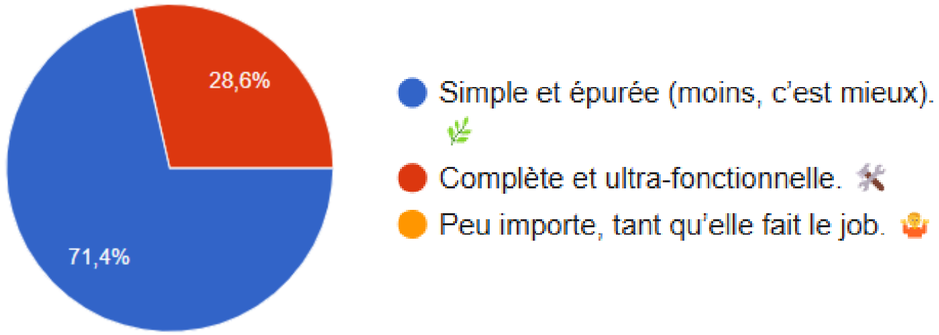
des commissions élevées, du manque d'accompagnement ou de missions mal ciblées.

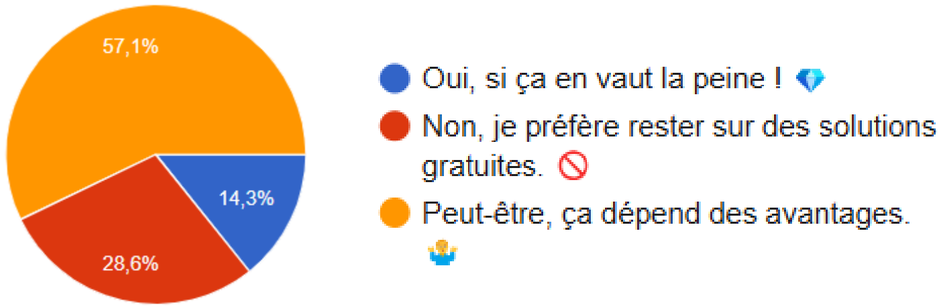
+ les plateformes classiques sont jugées froides, impersonnelles, peu rentables.

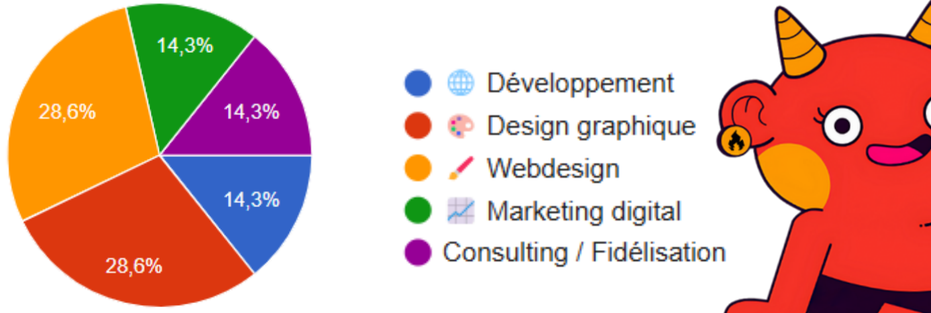
Etudes quantitative et qualitative

Un besoin réel, Une réponse nécessaire









Notre offre

Visionner la maquette

Une plateforme de mise en relation pensée pour les freelances et les entreprises.

Plateformes actuelles

- ✗ Surchargées, impersonnelles, ou élitistes.
- ✗ Pas d'accompagnement, de séléction intelligente.
- ✗ Perte de temp, mauvaise expérience utilisateur.

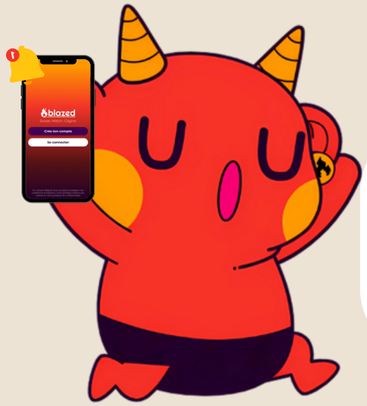
Notre offre

Faible commission

sur les missions : nos revenus proviennent d’un abonnement clair, sans frais cachés.

Un matching intelligent

basé sur des critères réels : compétences, niveau, budget, disponibilité, méthode de travail.



Une interface gamifiée

inspirée des applis de dating : swipe à droite si la mission te plaît, à gauche sinon.

Notre modèle économique

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

Freemium to
PREMIUM

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

Notre modèle économique

Entreprise

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

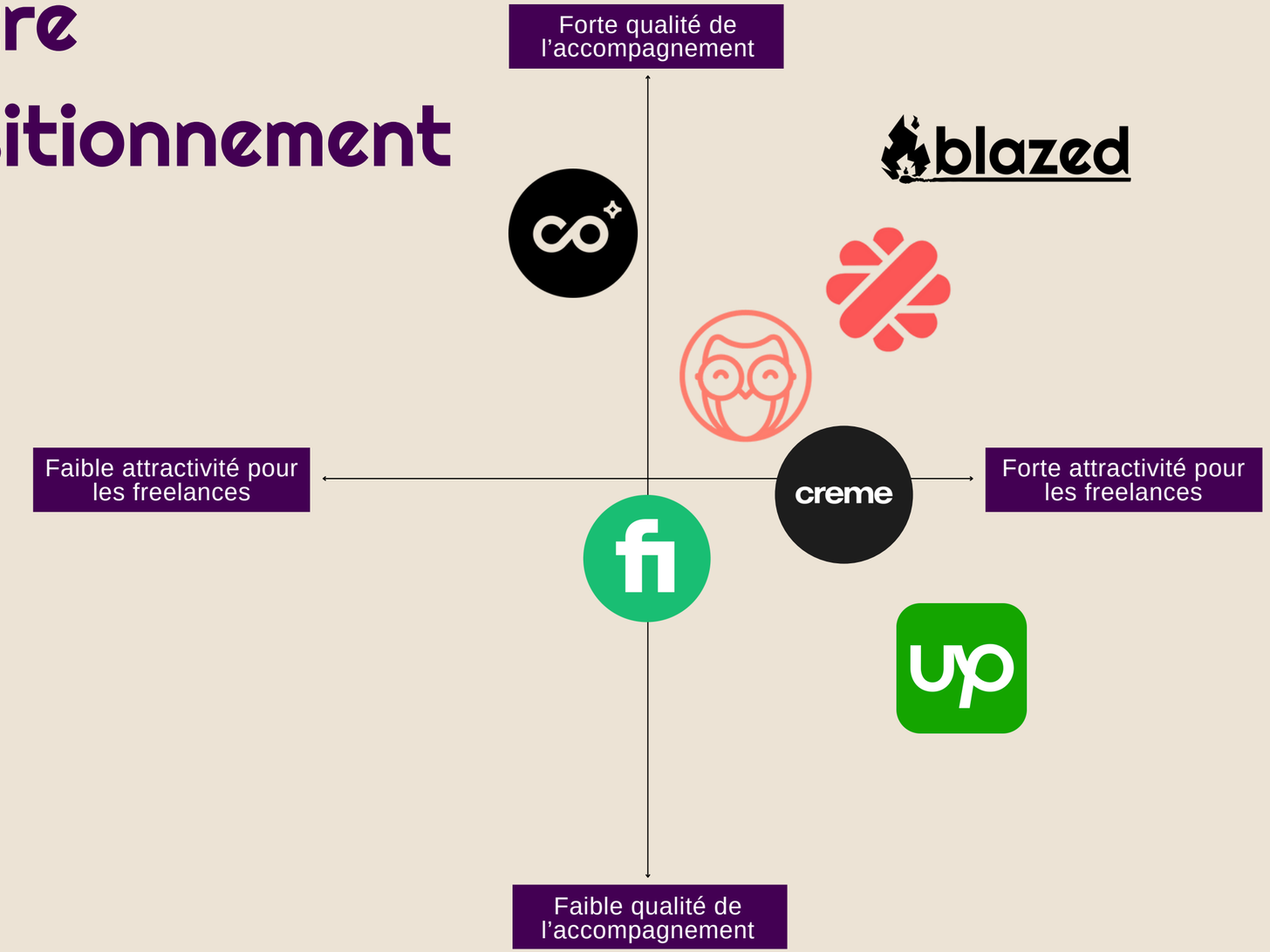
La concurrence

Acteurs directs

Faiblesses communes

- des commissions élevées et peu transparentes,
- des algorithmes de mise en relation peu précis,
- une expérience utilisateur souvent frustrante,
- une absence d'outils communautaires ou pédagogiques,
- une concurrence exacerbée entre freelances, qui rend difficile la visibilité pour les talents, même expérimentés.

Notre positionnement



Une plateforme à la fois attractive pour les freelances grâce à une approche transparente, et performante pour les entreprises via un matching intelligent et un service simplifié.

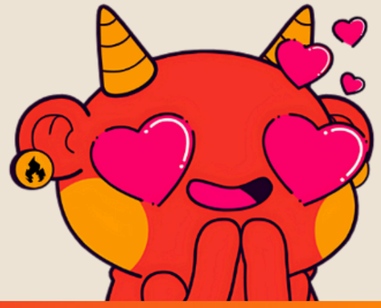
Nos cibles (freelance)

🎯Cible principale

Freelances confirmés et expérimentés (25-45 ans)

à la recherche de missions qualifiées, d'outils professionnels et d'un environnement stable pour développer leur activité.

❤️ Coeur de cible



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

qui ont besoin de visibilité, de mentorat et d'un accompagnement accessible.

👤Cible relai

Communautés de freelances et réseaux professionnels

qui peuvent devenir des prescripteurs et partenaires pour élargir notre rayonnement.

Persona (freelance)

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.

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.

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.

PERSONNALITÉ

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

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.

MÉDIAS PRIVILEGIÉS

Nos cibles (entreprise)

🎯Cible principale

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

avec des besoins réguliers en tech et design, qui recherchent des freelances qualifiés via une plateforme simple et efficace.

❤️ Coeur de cible

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

en quête de flexibilité, de profils adaptés et d'un accompagnement rapide et accessible.

👤Cible relai

Cabinets de recrutement et agences partenaires

qui recommandent BLAZED pour élargir leurs solutions de sourcing.

Persona (entreprise)

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.

PERSONNALITÉ

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

MÉDIAS PRIVILEGIÉS

Trello

Mais au fait, BLAZED,

ça veut dire quoi ?

SET ABLAZE 🔥

Mettre le feu, allumer une flamme

BLAZÉ 😒

Sentiment de lassitude que beaucoup de freelances ressentent face au marché

Raviver l’étincelle, casser les codes et enflammer la scène freelance avec une approche plus humaine

Les recherches et les propositions de logos

1ère piste visuelle

- la flamme : symbole de créativité et d'énergie.
- Une typographie impactante et une palette rouge/beige.
- Une mascotte représenté par une petite flamme.
- Un univers audacieux et marquant.

Manque de flexibilité pour une communication plus large en B2B.

Les recherches et les propositions de logos

2ème piste visuelle

- **Une identité plus douce.**
- **Typographie arrondie, associée à des étoiles qui symbolisent l'élégance.**
- **Une palette sobre : rouge, beige, noir, qui conserve l'idée de chaleur.**
- **Un univers plus "lifestyle".**

Manque d'impact visuel et d'audace pour incarner notre ambition

Les recherches et les propositions de logos

3ème piste visuelle

- **Impactante, lisible et mémorable.**
- **une flamme dynamique, symbole d'énergie et de créativité, avec une allumette.**
- **Une typographie forte, ronde et fermée.**

C'est la piste la plus équilibrée, qui parvient à associer simplicité visuelle et force symbolique.

Logos et typographies

B&W

Couleur unie

Couleur multi

Montserrat

à utiliser pour le texte courant

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Righteous

À utiliser pour les titres et les pictos.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Les Favicons

La palette de couleurs

R=85, G=19, B=21 1
Hex #430053
RGB 67, 0, 83
HSB 288, 100%, 33%
CMYK 79, 100, 28, 36

R=244, G=52, B=41 1
Hex #F43429
RGB 244, 52, 41
HSB 3, 83%, 96%
CMYK 0, 93, 93, 0

R=236, G=227, B=213
Hex #ECE3D5
CMYK 7, 8, 15, 0
HSB 37, 10%, 93%
RGB 236, 227, 213

R=224, G=208, B=185
Hex #E0D0B9
RGB 224, 208, 185
HSB 35, 17%, 88%
CMYK 12, 16, 26, 0

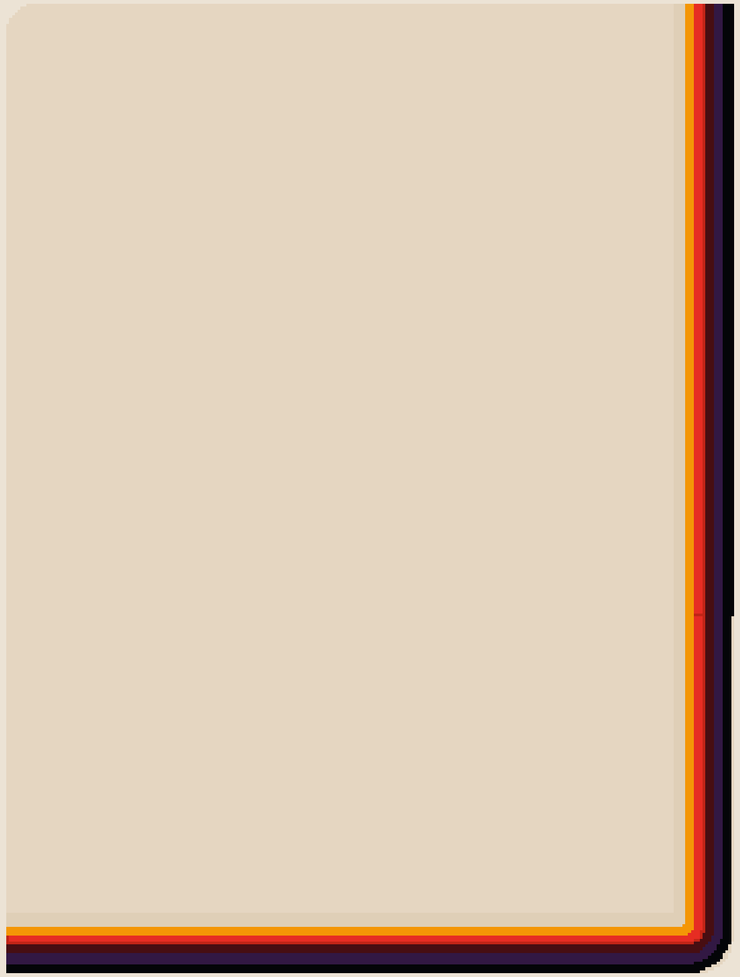
R=255, G=153, B=0
Hex #FF9900
RGB 255, 153, 0
HSB 36, 100%, 100%
CMYK 0, 47, 100, 0

R=85, G=19, B=21 1
Hex #551315
RGB 85, 19, 21
HSB 358, 78%, 33%
CMYK 38, 91, 80, 60

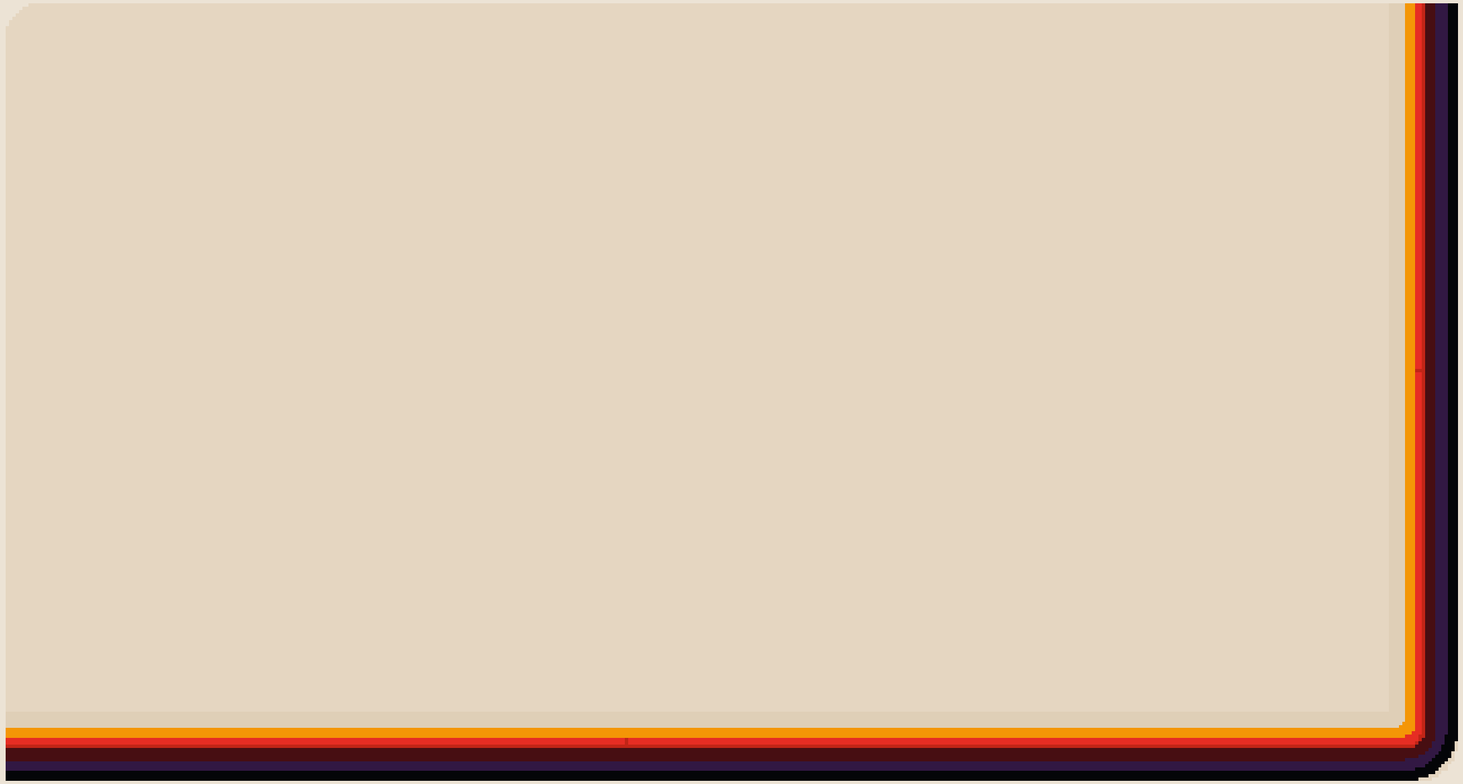
R=34, G=0, B=42
Hex #22002A
RGB 34, 0, 42
HSB 289, 100%, 16%
CMYK 79, 88, 50, 68

Brand asset

La “MACINTOSH Line” - 19.9



La “MACINTOSH Line” - Alternative



La mascotte

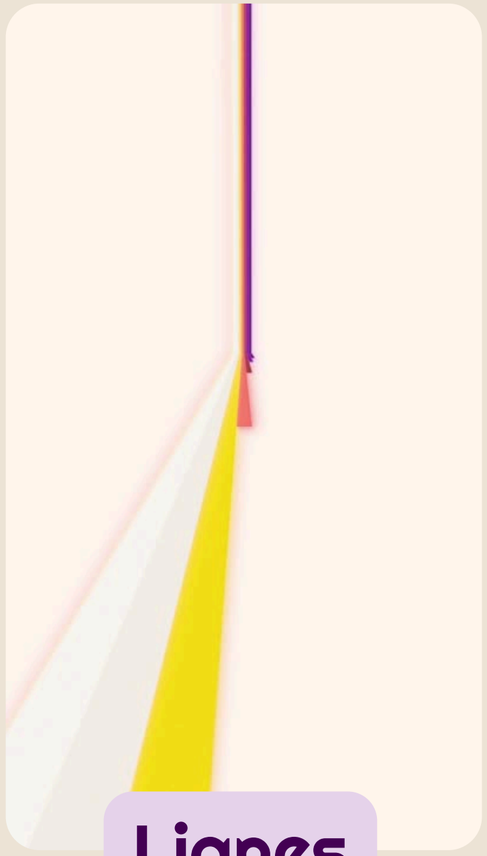
Un Ifrit🔥

Une créature de feu, vive et libre

Déclinaisons selon les situations

Motion Design

Flamme



Lignes

Mascotte

Stratégie marketing

SMART

Voici 2 de nos principaux objectifs :

Créer la visibilité de la marque :

D'ici 12 mois, atteindre 20 000 visiteurs uniques par mois sur notre application 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.

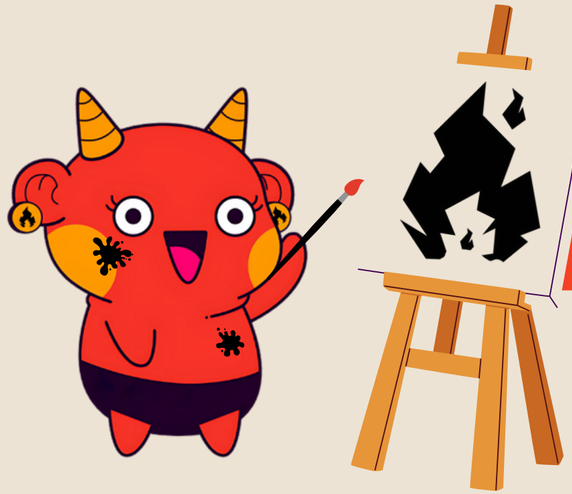
Stratégie marketing

une double approche :

différenciation et pénétration du marché

l'accompagnement, la proximité et une interface fluide.

Notre tarification est transparente, nos commissions sont justes, et notre algorithme de matching vise la qualité plutôt que la quantité.



des offres attractives dès le lancement

un programme de parrainage, de la gamification, et des partenariats ciblés (influenceurs freelances, incubateurs, espaces de coworking).

Stratégie marketing

l'Inbound Marketing

création de valeur pour attirer, convertir et fidéliser freelances et entreprises.

Publicitaire

≠ création de valeur

SEO

Écosystème de contenus

Nos canaux de marketing digital

Rédaction d'articles de blog optimisés sur les défis des freelances et recruteurs, intégration de mots-clés stratégiques, backlinks

Campagnes sponsorisées + prospection automatisée avec messages personnalisés pour les décideurs RH et CTO

Campagnes ciblées sur les requêtes freelances/entreprises, retargeting, tests A/B sur les annonces

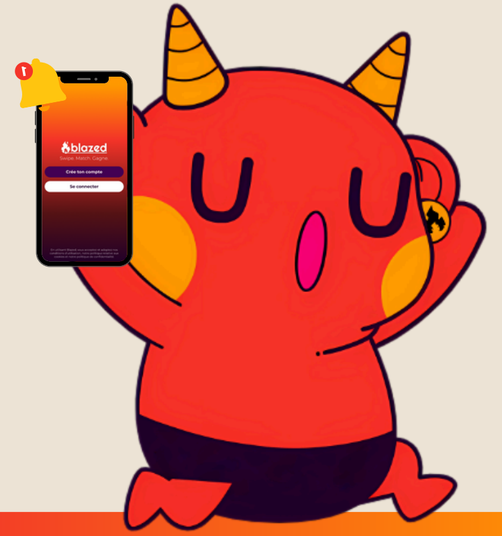
Séquences automatisées adaptées à chaque persona (freelances juniors, experts, entreprises), offres personnalisées, relances intelligentes

Création de contenus éducatifs et humoristiques sur la vie de freelance, tips business, storytelling de succès

Lancement de canaux d'échange et d'entraide pour freelances et recruteurs, événements exclusifs

Lives sur la gestion freelance, interviews d'entreprises et freelances à succès, analyse de marché en direct

Référencement croisé avec des influenceurs business, challenges de création de profil avec incentives, intégration dans des newsletters influentes



une stratégie multicanale combinant performance, visibilité et engagement.

Analyse communication externe

Concurrents

Résultat ?

- ✗ Réseaux sociaux souvent inactifs
- ✗ Mal adaptés à leur audience
- ✗ Contenus peu engageants

Nos canaux (pour qui ?)

Freelances recherchant des missions et de la visibilité et Entreprises cherchant à recruter

Les entreprises et les freelances BtoB

Freelances juniors et jeunes créatifs (18-25 ans)

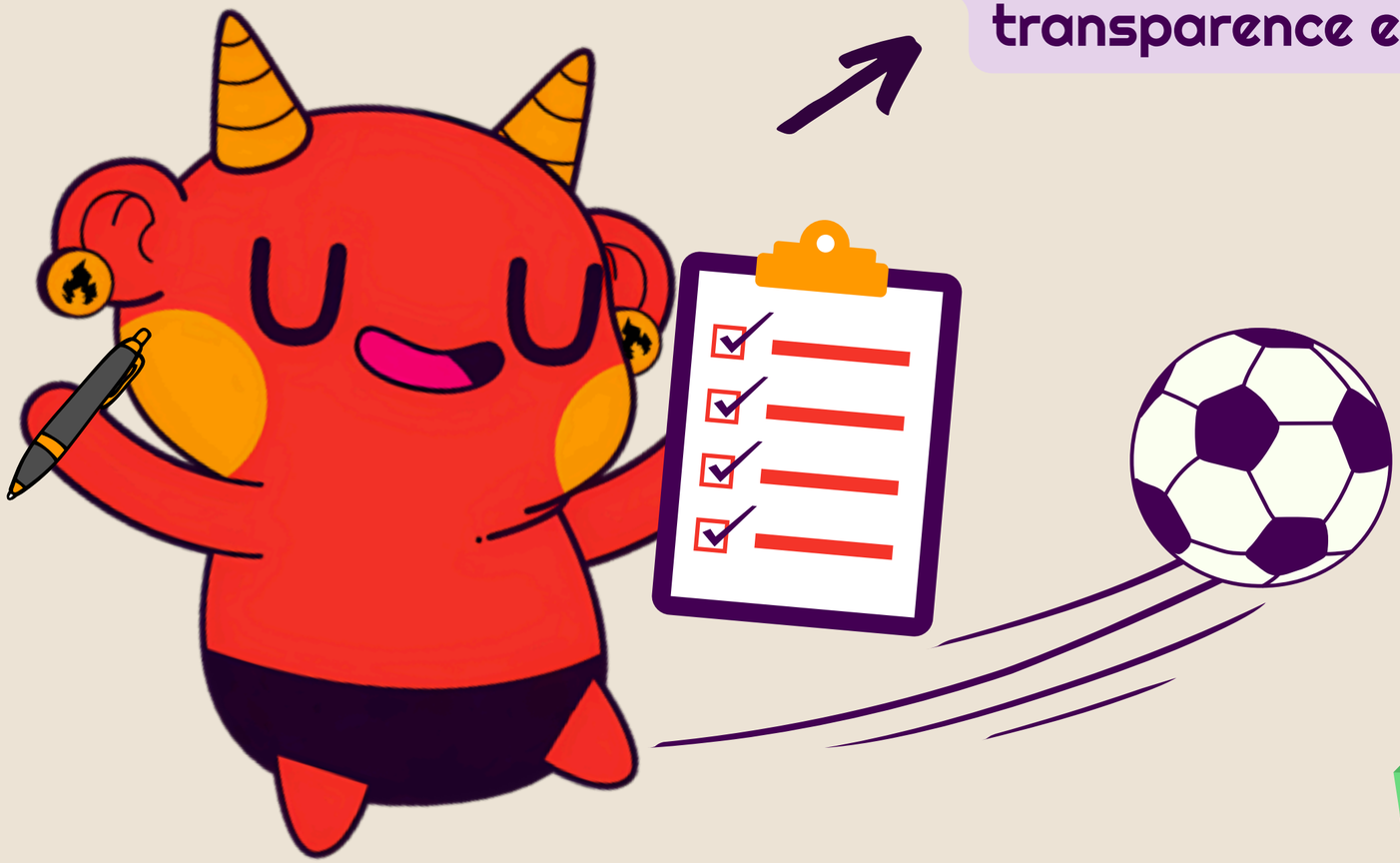
Communauté active de freelances.

Freelances inscrits et Entreprises ayant un besoin en recrutement

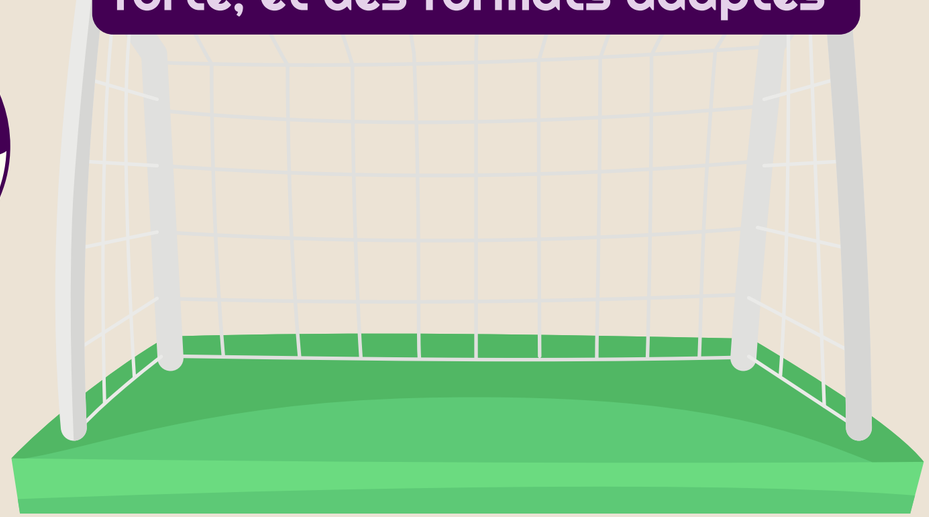
adopter une stratégie différenciante, multicanale, et ciblée.

Ligne éditoriale

Audace, équité, simplicité, ambition, transparence et communauté.



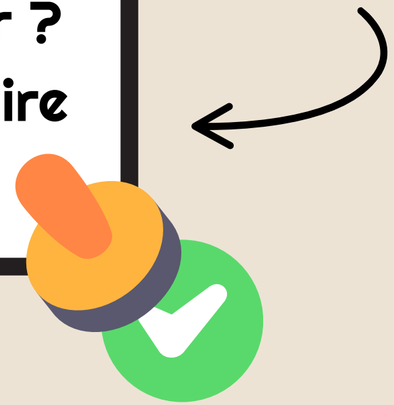
Un ton percutant, une image forte, et des formats adaptés



Ligne éditoriale

"Vous avez besoin de visibilité ?
Découvrez nos services adaptés à vos besoins."

Tu galères à te faire repérer ?
On a ce qu'il te faut pour faire mouche.



Les rubriques

1. Conseils & astuces freelancing

aider les freelances à se professionnaliser et à se démarquer.

2. Vie de freelance & backstage

Montrer les coulisses, humaniser la marque, créer de la proximité.

3. Décryptage du marché du freelancing

informer sur les tendances, les chiffres, les évolutions du secteur.

4. Témoignages & avis

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

5. Opportunités & missions

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

6. Interviews & rencontres inspirantes

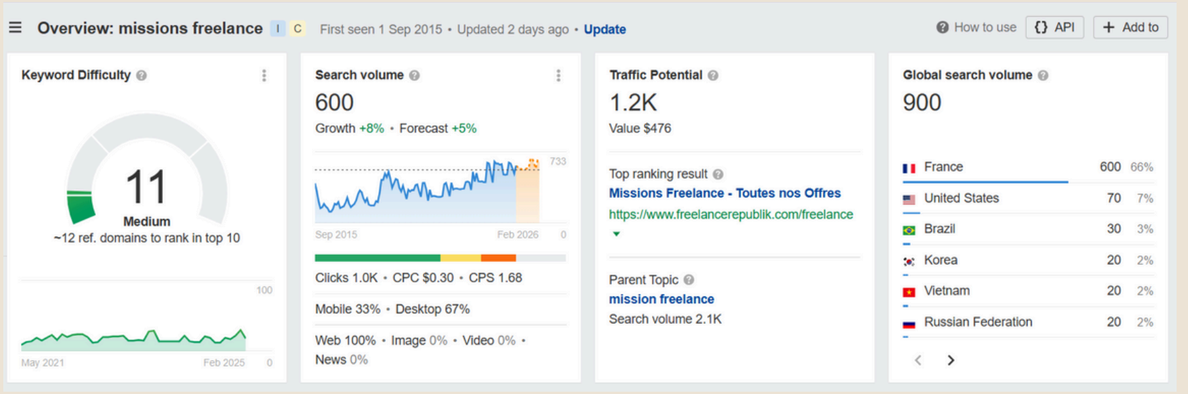
Partager l'expérience d'experts, d'entrepreneurs et de freelances confirmés.

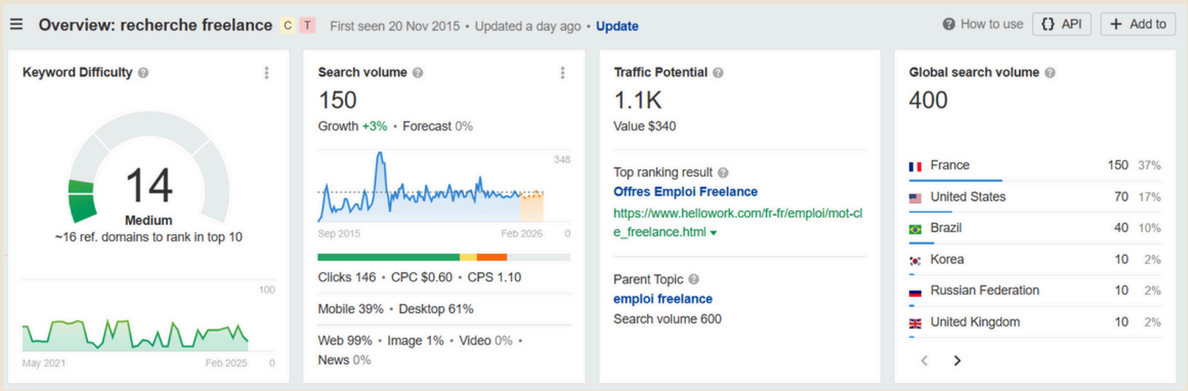
Stratégie SEO

Le SEO

landing page + blog cocon sémantique (freelance & entreprise), mots-clés ciblés, maillage interne, backlinks, suivi mensuel.

ahrefs





Mots clés :

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

Stratégie SEA/SMA

Le SEA

Google Ads (300–500 €/mois), CPC < 2,50 €,
coût par inscription entre 10 et 25 €.

Le SMO/SMA

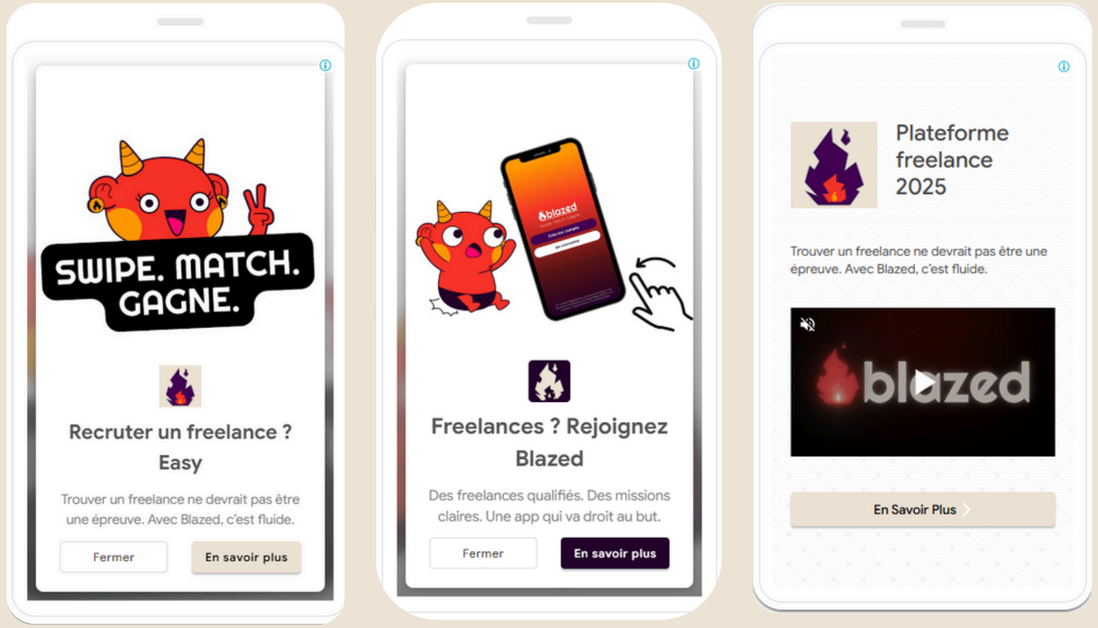
- LinkedIn : décideurs B2B (sponsored + ads)
- Instagram : freelances créatifs (visuel + retargeting)
- TikTok, Discord, YouTube : engagement et communauté active

Google Ads

Mots clés | Groupe d'annonces: Blazed

+ 1 autre | Ajouter un filtre

Mot clé	Type de correspondanc	État
mission freelance	Requête large	Éligible
freelance lyon	Requête large	Éligible
freelance mission	Requête large	Éligible
plateforme freelance	Requête large	Éligible
site pour freelance	Requête large	Éligible
motion designer freelance	Requête large	Éligible
mission freelance lyon	Requête large	Éligible
trouver un freelance	Requête large	Éligible
recrutement freelance	Requête large	Éligible



Stratégie de newsletters

Brevo

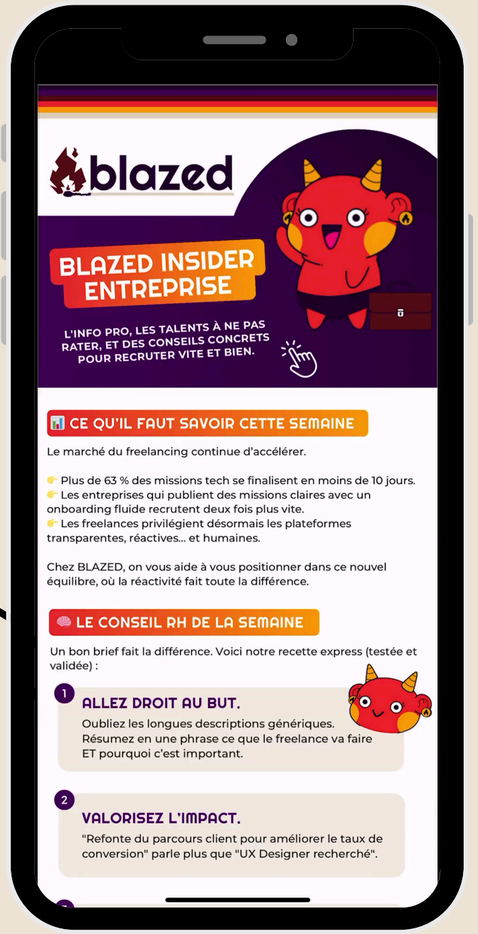
Offres de missions, contenus inspirants et séquences de conversion automatisées.

Freelances

Inscription directe sur le site + Quiz interactif Live Reveal

Entreprises

Base de données qualifiée achetée en amont pour proposer nos services de façon ciblée.



Stratégie de lancement

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

18 MAI - 2025

JOUR J : LIVE REVEAL

✅ Événement Digital en Live sur Twitch, YouTube

✅ 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

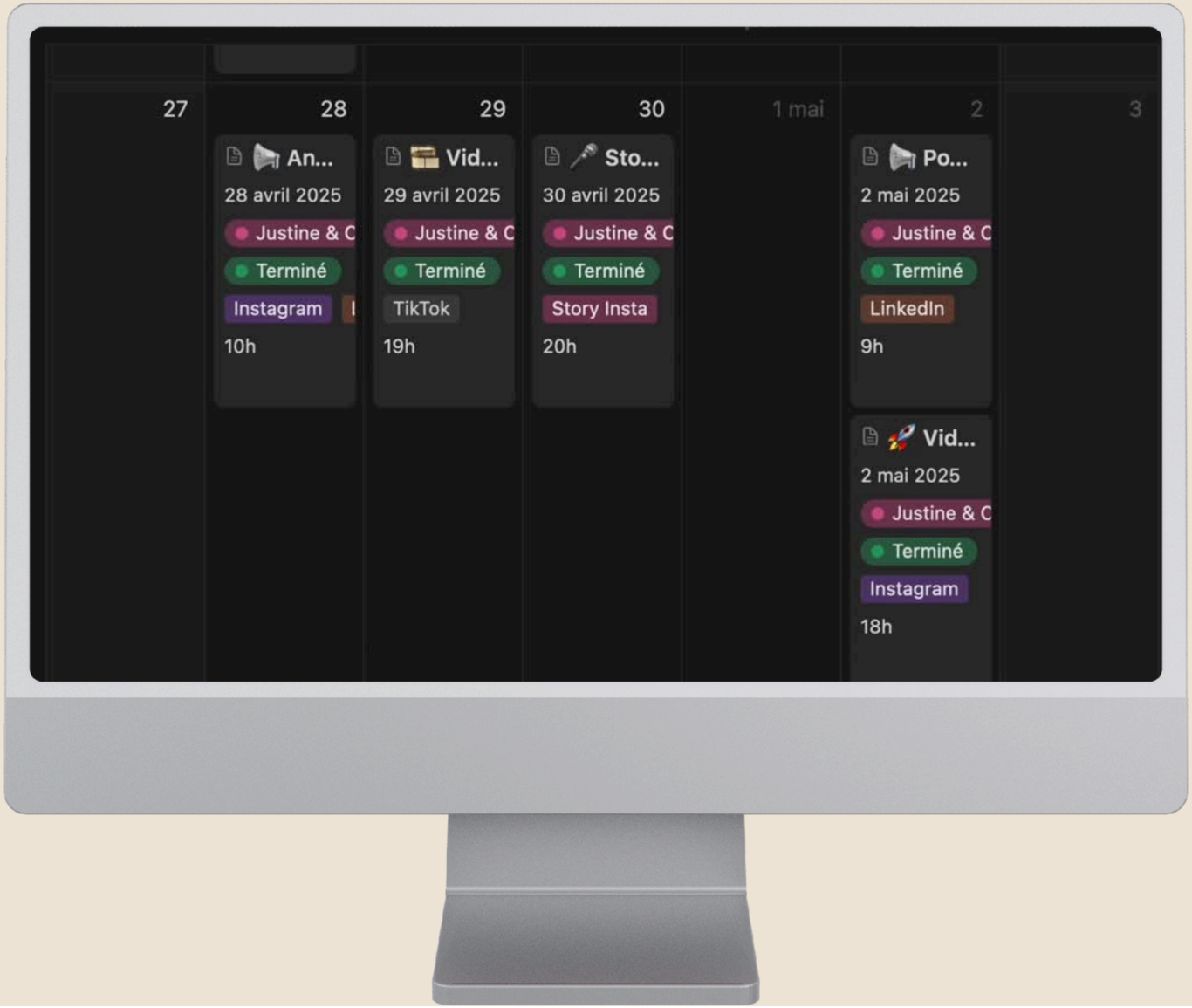
Semaine 6 : Développement de la notoriété
- Blazed Talks sur YouTube : Interviews de freelances et recruteurs
- Défis UGC récurrents sur Instagram & TikTok
- Blazed Insider – "🔥 Opportunités freelances & missions du mois"

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

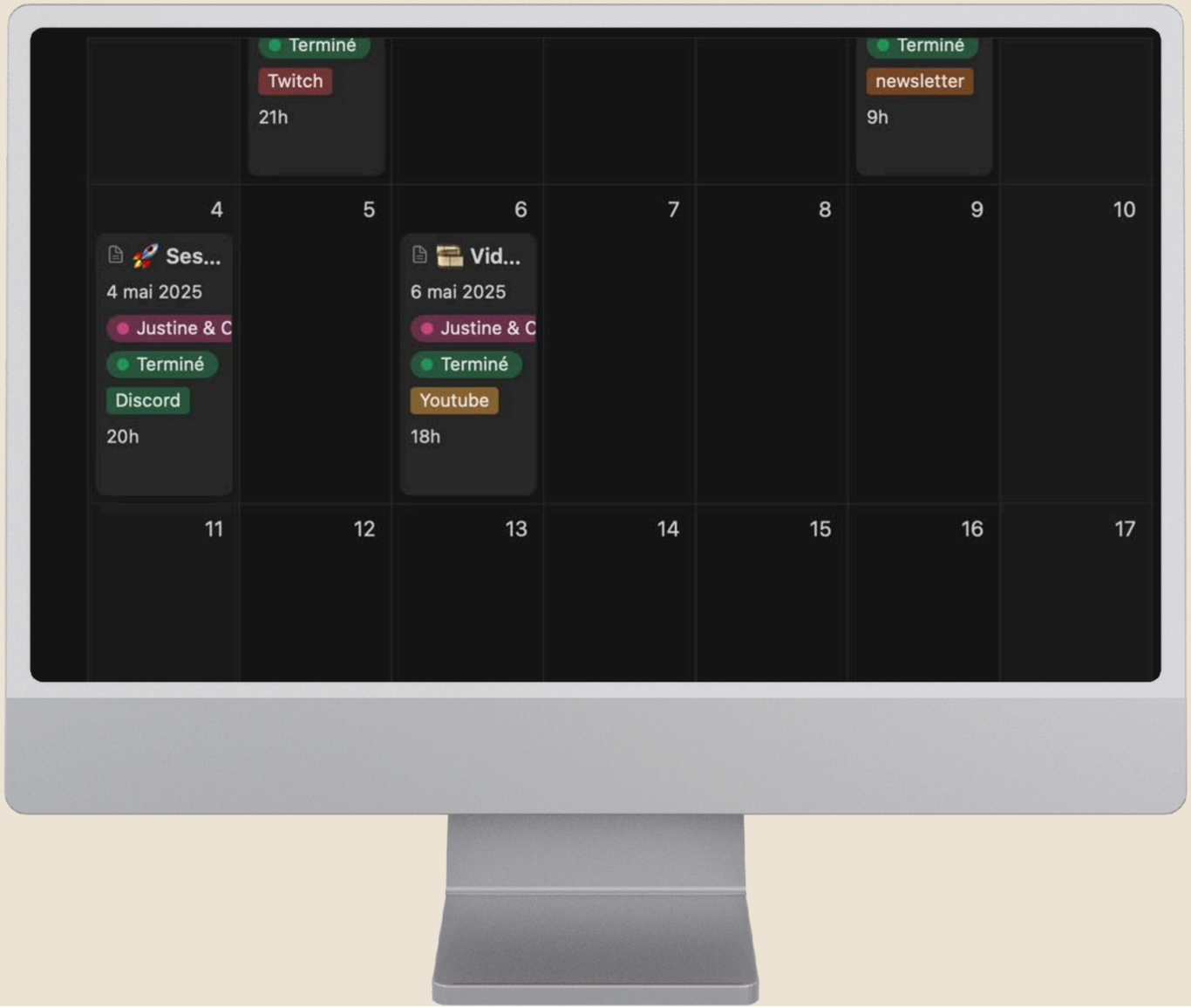
Semaine 8 : Consolidation & planification M3
- Live bilan sur Twitch : retour des utilisateurs & vision pour les mois suivants
- Optimisation des Ads basées sur les meilleures performances des deux derniers mois
- Blazed Open Mic – "Le futur de BLAZED : que voulez-vous voir ?" sur Discord

Calendrier éditorial

SCANNEZ POUR AVOIR LE PLANNING EN ENTIER :



Calendrier éditorial



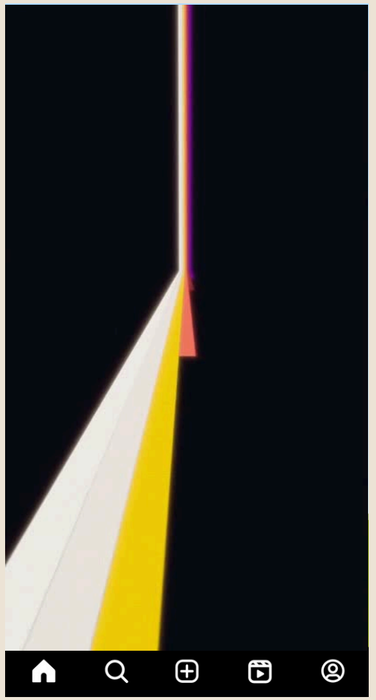
Exemples de posts

Statisques

400 16 3

Statisques

385 17 2



Statisques

240 12 4

Statisques

228 14 0

Exemples de posts

Statisques

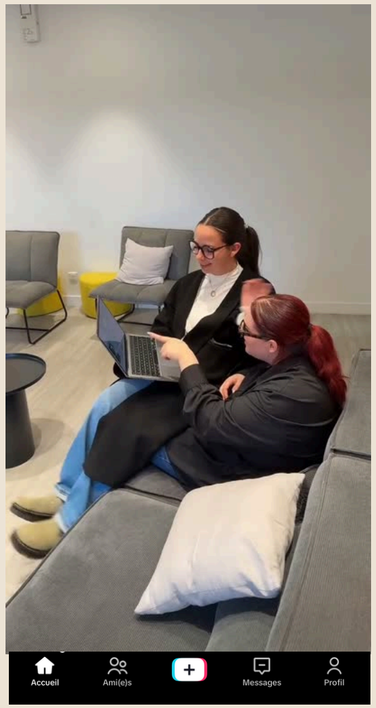
2118 101 2

8 3

Statisques

845 94 2

1 5



Statisques

1169 65 1

2 3

Statisques

754 65 0

5 6

Exemples de posts

Statisques

224 10 3

Statisques

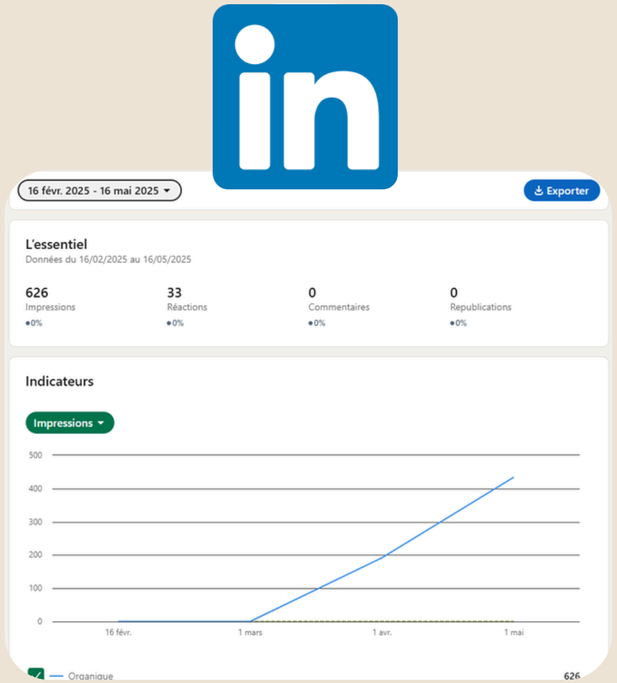
20 6 1

Statisques

82 5 1

Analyse KPI's

taux d'impressions, d'engagement et trafic



nombre d'impressions, taux de clics et vues de profil

clics, taux de conversion et inscriptions

Nos ajustements

M-1

Canal	Portée (vues)	Engagement	Points forts	Points faibles
TikTok	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)
Instagram	1 155 vues	59 likes / 9 commentaires	Visuels travaillés, cohérence graphique, bon ratio non-abonnés (63,4 %)	Engagement très faible, aucun commentaire, conversions faibles
LinkedIn	626 vues	33 réactions / 2 commentaires	Communauté pro réactive et levier de légitimité	Cible plus B2B (entreprises) / Moins viral, croissance lente

Mois de lancement

Questions ouvertes

CTA cliquables dès le début

Renforcer les contenus à forte valeurs

Générer plus de réactions et de clics

Branding réseaux sociaux

Visuels bruts et dynamiques

Un impact immédiat

Éléments animés en motion design

Capter l'attention en 2 secondes

Branding réseaux sociaux

Notre vitrine visuelle

Palette de couleurs et brand assets

Mise en avant de la mascotte

Créer un lien affectif avec la marque

Branding réseaux sociaux

Une DA plus épurée

Fonds crème, visuels clairs, typo lisible

Plus de sobriété

Renforcer la crédibilité profesionnel

Branding réseaux sociaux

Un espace immersif

Utilisation du violet profond

Évocation de la nuit/du live

Exploiter l'utilisation de notre mascotte

Stratégie Print

DOOH

Affiche

Flyer

Carte de visite NFC

Nos Goodies

Plush

Clé-USB

Sticker

Stylo

Carnet

Analyse UX concurentielle

fiverr.

Problématiques UX

- Surcharge visuelle
- Manque de personnalisation
- Destiné à un public anglophone
- Complexité des options
- Absence d'app mobile

⛔ Ciblé pour les entreprises

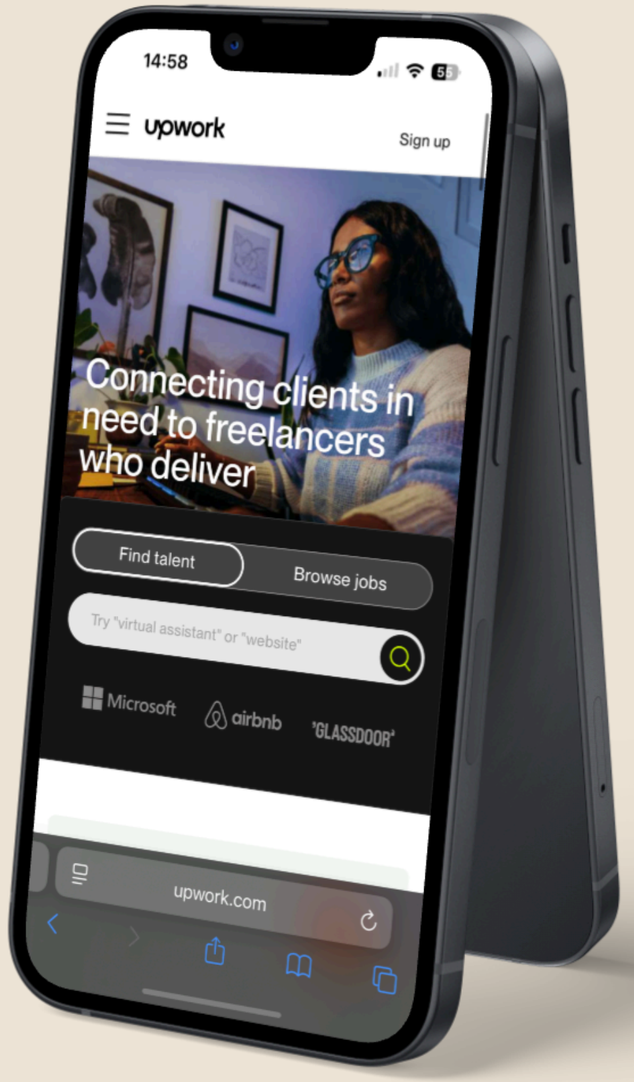
Analyse UX concurentielle

Upwork

Problématiques UX

- Inscription persistante
- Manque de personnalisation
- Destiné à un public anglophone
- Complexité des options
- Absence d'app mobile

Ciblé pour les entreprises



Analyse UX concurentielle

malt

Problématiques UX

inscription persistante

Onboarding flou

Absence d'app mobile

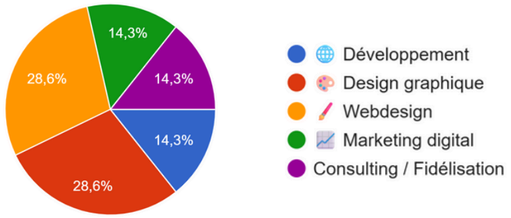
Ciblé pour les entreprises

Collecte des données utilisateurs

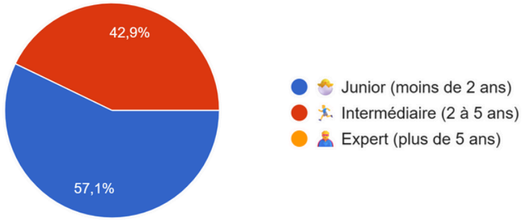
Google Forms

Freelance

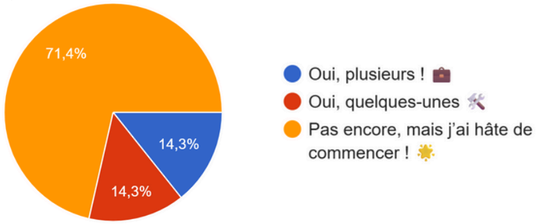
Quel est votre domaine d'activité principal?
(Choisissez celui qui vous représente le mieux!)



Quel est votre niveau d'expérience ?
(Soyez honnête, c'est pour mieux vous accompagner)

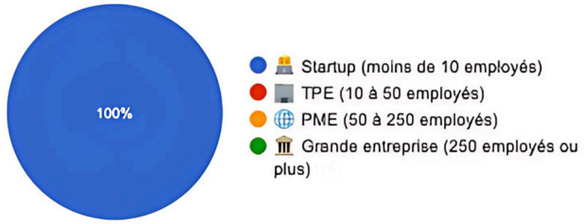


Avez-vous déjà réalisé des missions freelance?
(Chaque expérience compte!)



Entreprise

Quelle est la taille de votre entreprise



Quelle est votre activité principale ?

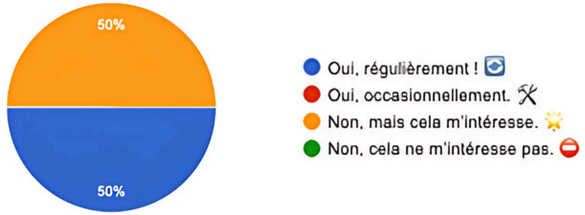
Agence de communication

Communication

Conseil en stratégie marketing

Création de site web

Avez-vous déjà travaillé avec des freelances pour vos projets digitaux ?



Analyse des données utilisateurs

Segmentation des utilisateurs

FREELANCE

- Accompagnement structuré
- Offres variées
- Clarté & transparence
- Communauté solide

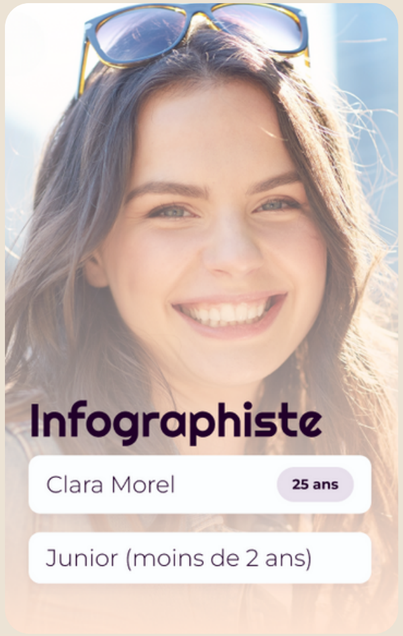
ENTREPRISE

- Accès rapide à des profils qualifiés
- Outils de gestion avancés
- Garantie de qualité
- Offre premium

Analyse des données utilisateurs

Segmentation des utilisateurs

Freelance



"Je débute, je veut des missions simples à trouver, de l'aide pour me lancer, et une interface claire."

Entreprise

"Je cherche des freelances fiables, opérationnels tout de suite, avec zéro friction."

Analyse des données utilisateurs

Identification des points de frictions

FREELANCE

- Manque de visibilité
- Prospection complexe
- Manque d’accompagnement
- Gestion administrative et paiements

ENTREPRISE

- Accès rapide aux talents
- Alignement culturel
- Missions diverses
- Manque de suivi

User Story

Général
Légende
Clara
Maxime
Anne
Julien
Tout le monde
Clara, Freelance Junior
Maxime, Freelance Intermédiaire
Anne, Responsable d'une TPE
Julien, Responsable Marketing
User persona
Représente un freelance débutant qui cherche à se lancer et à trouver des missions adaptées.
Représente un freelance avec de l'expérience, cherchant à optimiser son activité et trouver des missions premium.
Représente une petite entreprise cherchant à recruter des talents qualifiés pour des projets spécifiques.
Représente une startup ou une entreprise cherchant des profils spécialisés pour des projets stratégiques.
User activities
Inscription et création de profil
Les utilisateurs s'inscrivent et complètent leur profil pour accéder à la plateforme.
Recherche et publication de missions
Les freelances recherchent des missions adaptées, et les entreprises publient des offres.
Gestion des missions
Suivi des étapes d'un projet, communication entre les parties et validation des livrables.
Paiements et feedback
Processus de paiement après validation des livrables et retour d'expérience pour renforcer la confiance.
User tasks
S'inscrire sur la plateforme
Permettre aux freelances d'accéder à des missions et aux entreprises de publier des offres.
Publier une mission
Identifier et recruter rapidement les freelances adaptés aux projets.
Rechercher et postuler à des missions
Trouver des opportunités pertinentes correspondant aux compétences.
Valider les livrables et effectuer le paiement
Clôturer la mission et évaluer la qualité de la prestation.
User stories Release 1 (Lancement initial MVP)
En tant que freelance junior, je veux m'inscrire facilement pour postuler rapidement à des missions.
Fournir une inscription simplifiée avec des étapes guidées.
En tant qu'entreprise, je veux publier une mission avec un formulaire clair.
Un formulaire structuré pour décrire facilement les besoins de la mission.
En tant que freelance, je veux voir les missions adaptées à mes compétences sur mon tableau de bord.
Implémentation d'un algorithme de matching basique pour proposer des missions pertinentes.
En tant qu'entreprise, je veux filtrer les profils par expérience et compétences pour trouver le bon freelance.
Ajout de filtres pour optimiser la recherche de freelances.
Release 2 (Améliorations majeures)
En tant que freelance, je veux suivre mes missions via un tableau de bord.
Un tableau de bord avec les statuts des missions (en cours, terminé).
En tant qu'entreprise, je veux valider les livrables directement via la plateforme.
Interface permettant la validation des projets en quelques clics.
En tant que freelance, je veux recevoir des notifications pour les nouvelles missions disponibles.
Système de notifications en temps réel pour les opportunités.
En tant qu'entreprise, je veux que les contrats soient générés automatiquement.
Génération de contrats standardisés et conformes pour simplifier l'administration.
Release 3 (Fonctionnalités avancées)
En tant que freelance, je veux bénéficier d'un mentor ou de guides pour améliorer mes compétences.
Intégration d'un système de mentorat et de ressources pédagogiques.
En tant qu'entreprise, je veux avoir un support client réactif pour répondre à mes questions.
Mise en place d'un support accessible 7j/7 via chat ou email.
En tant que freelance, je veux un tableau de bord avec mes revenus et feedbacks clients.
Tableau récapitulatif des revenus générés et des retours clients pour améliorer la visibilité du freelance.
En tant qu'entreprise, je veux des garanties sur la qualité des freelances proposés.
Mise en place d'un système de certification (badges, évaluations).

Customer journey mapping

Freelance

Clara, Freelance Junior

Carte du parcours

Étapes du parcours	Inscription et création de profil	Recherche de missions	Accompagnement et mission	Paiement et feedback
Récit	Clara s'inscrit sur la plateforme pour trouver ses premières missions freelance.	Clara explore les premières suggestions de missions basées sur son profil.	Clara décroche sa première mission et se lance avec l'aide du mentorat intégré.	Clara soumet son travail et reçoit un paiement rapide accompagné d'une évaluation.
Actions	Créer un compte en fournissant son email et ses informations personnelles. Remplir un formulaire de compétences et d'intérêts. Tenter de mettre en avant son portfolio, même s'il est limité.	Parcourir les missions suggérées. Postuler à celles qui lui semblent adaptées. Lire les détails des missions pour comprendre les attentes.	Accepter la mission et signer le contrat généré automatiquement. Suivre les consignes et communiquer avec le client via l'espace dédié. Utiliser les ressources d'aide pour structurer son travail.	Soumettre les livrables via la plateforme. Recevoir le paiement directement sur son compte. Répondre au feedback du client.
Points de contact	Formulaire d'inscription. Notifications de bienvenue et tutoriels.	Tableau de bord personnalisé. Notifications sur les nouvelles missions.	Section mentorat avec des guides pour freelances débutants. Chat intégré pour échanger avec le client.	Interface de paiement Section feedback.
Émotions	Excitation à l'idée de trouver ses premières missions. Mais légère appréhension quant à la concurrence. **Excitation ou légère appréhension**	Motivation si les missions semblent accessibles. Mais frustration si aucune opportunité n'apparaît. **Motivation ou légère appréhension**	Soulagement et satisfaction si le projet se déroule bien. Mais stress si les attentes ne sont pas claires. **Motivation ou légère appréhension**	Satisfaction si le paiement est rapide et l'évaluation positive. Mais inquiétude en cas de retours négatifs. **Satisfaction ou inquiétude**
Points de douleur	Formulaire trop long ou mal expliqué. Manque d'explications sur les étapes suivantes. Difficulté à construire un portfolio attractif, pour qu'il ne soit pas assez pertinent.	Algorithme de suggestion qui ne propose pas de missions alignées sur son niveau.	Manque d'informations sur les attentes du client. Difficulté à respecter les deadlines faute d'expérience.	Retards dans le paiement. Évaluations peu constructives ou injustes.

Entreprise

Julien, Responsable Marketing d'une Startup

Carte du parcours

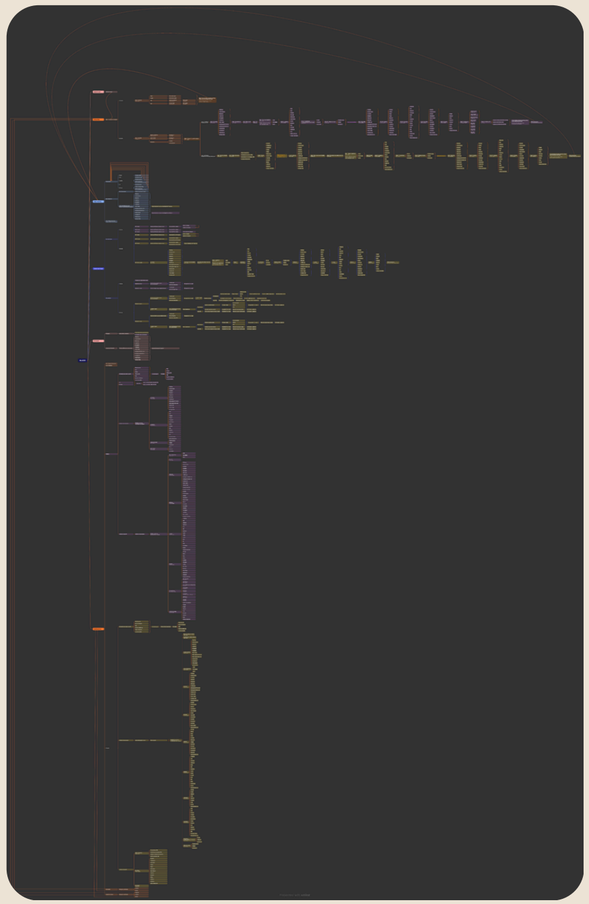
Étapes du parcours	Création de mission	Recherche et sélection de freelances	Collaboration et suivi de la mission	Validation et paiement
Récit	Julien prépare un brief clair pour un projet stratégique (par exemple, une campagne publicitaire ou une refonte de branding).	Julien consulte une liste de freelances correspondant aux critères définis dans son brief.	Julien suit les étapes de la mission et communique avec le freelance via la plateforme.	Julien valide les livrables finaux et note la performance du freelance.
Actions	Définir les objectifs et attentes (résultats attendus, délais, budget). Ajouter des critères spécifiques (compétences, expérience du freelance, alignement avec la culture d'entreprise).	Julien consulte une liste de freelances correspondant aux critères définis dans son brief. Utiliser des filtres pour trier les candidats par expérience, disponibilité ou tarif. Contacter les freelances via la messagerie pour clarifier certains aspects du projet.	Planifier les livrables avec des deadlines claires. Recevoir des notifications pour chaque étape importante (soumission, modification demandée). Approuver les étapes intermédiaires ou demander des ajustements.	Vérifier la conformité des livrables avec le brief initial. Valider et déclencher le paiement sécurisé. Rédiger un feedback constructif pour le freelance.
Points de contact	Formulaire de rédaction de brief avancé. Suggestions automatiques pour améliorer le brief (exemples de missions similaires).	Interface de suggestions et filtres avancés. Messagerie intégrée.	Tableau de bord de gestion des missions. Notifications automatiques (e-mail ou application).	Interface de validation des livrables et paiement. Section dédiée aux évaluations (modèle structuré pour guider le feedback).
Émotions	Satisfaction si le processus est intuitif. Mais frustration en cas de manque d'options pour personnaliser le brief. **Satisfaction ou frustration**	Satisfaction si les suggestions sont précises. Mais agacement si les filtres manquent de flexibilité. **Satisfaction ou agacement**	Confiance si la progression est claire et sans accroc Mais stress en cas de délais non respectés. **Confiance ou stress**	Satisfaction si les livrables sont conformes Mais déception en cas d'ajustements répétés. **Satisfaction ou déception**
Points de douleur	Absence de suggestions pour optimiser le brief. Difficulté à trouver des freelances alignés avec la vision stratégique.	Suggestions trop larges ou profils non adaptés au projet stratégique. Manque de disponibilité des freelances proposés.	Communication inefficace ou réponses tardives. Retards dans les étapes intermédiaires.	Retards dans les paiements. Ajustements non pris en compte.

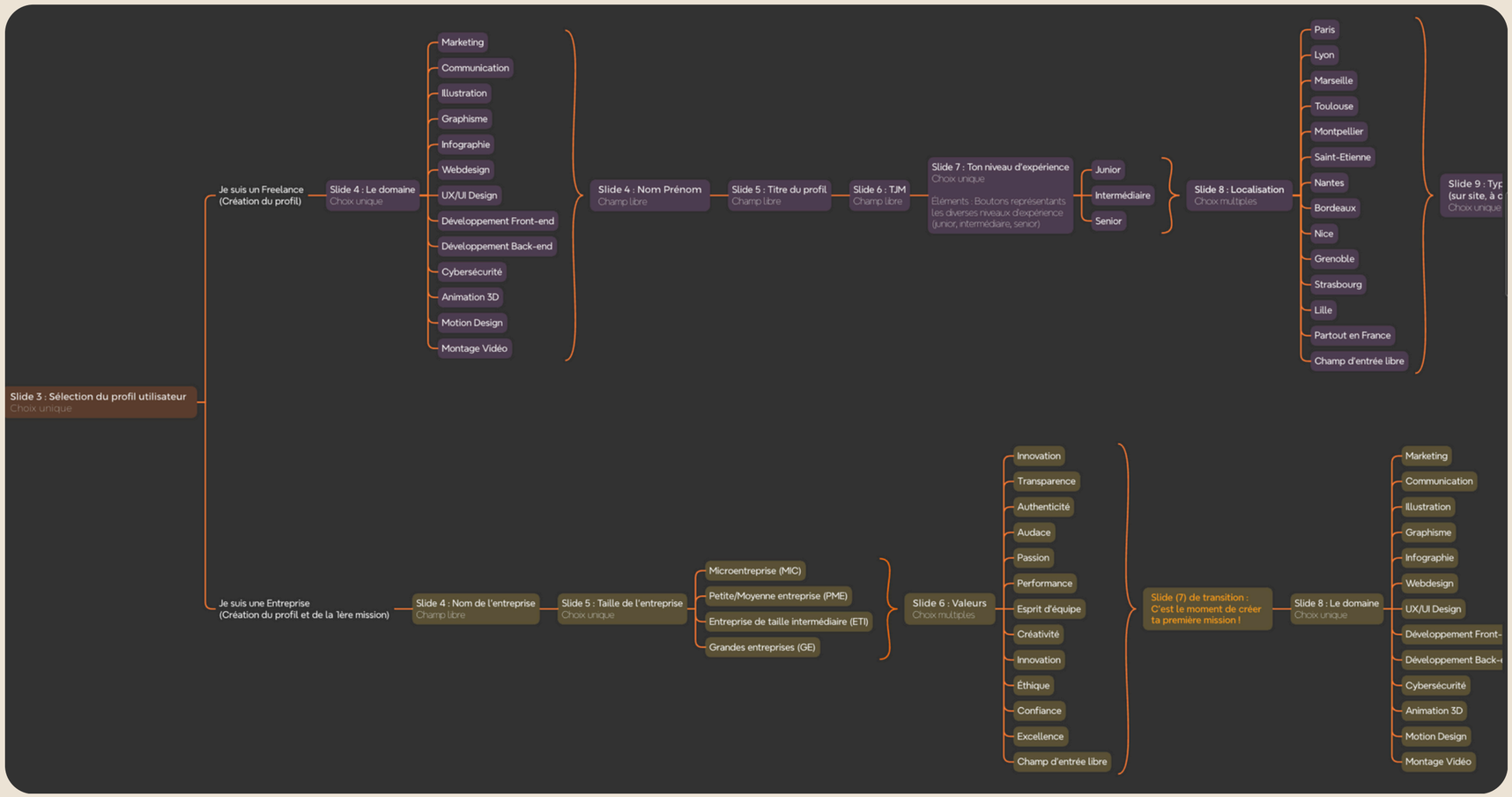
Identification du MVP

- Inscription ultra personnalisée
- Système de matching intelligent
- Gestion des missions simplifiée
- Tableau de bord ergonomique
- Communauté active et entraide
- Paiements sécurisés

Arborescence

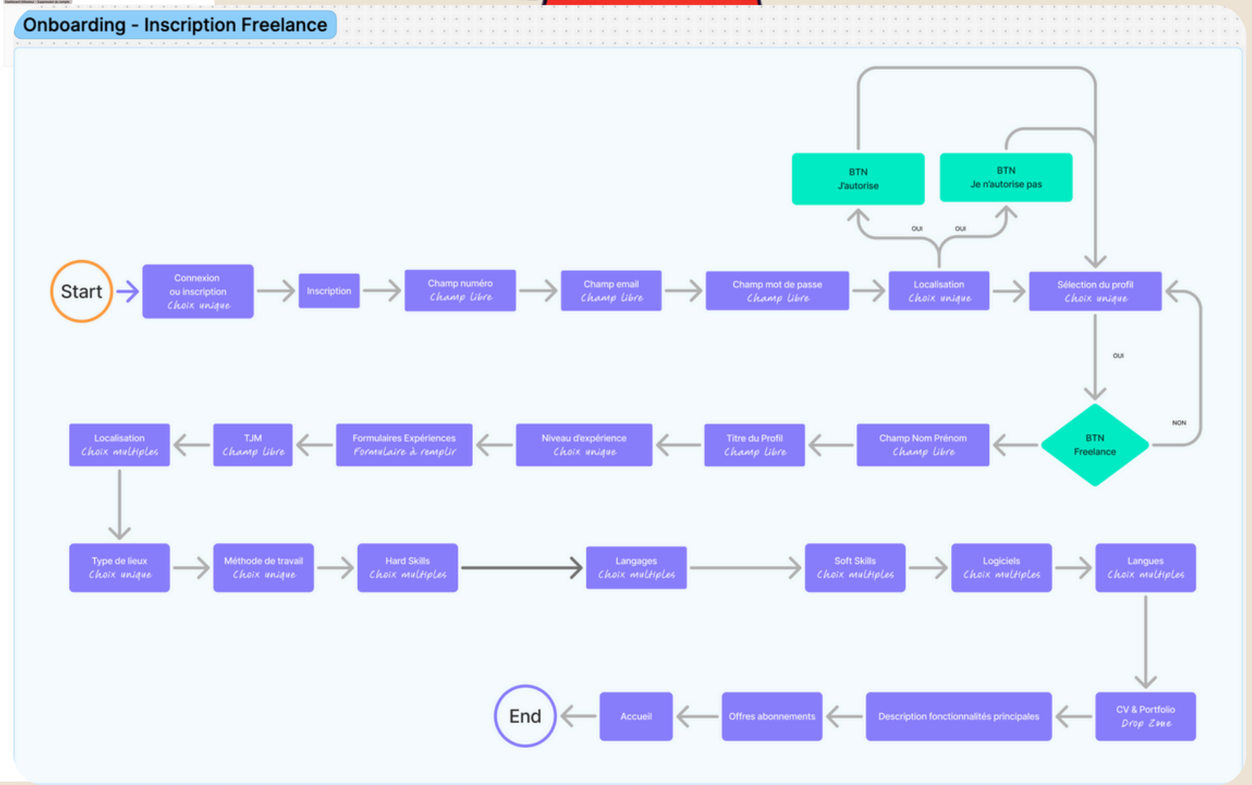
App mobile





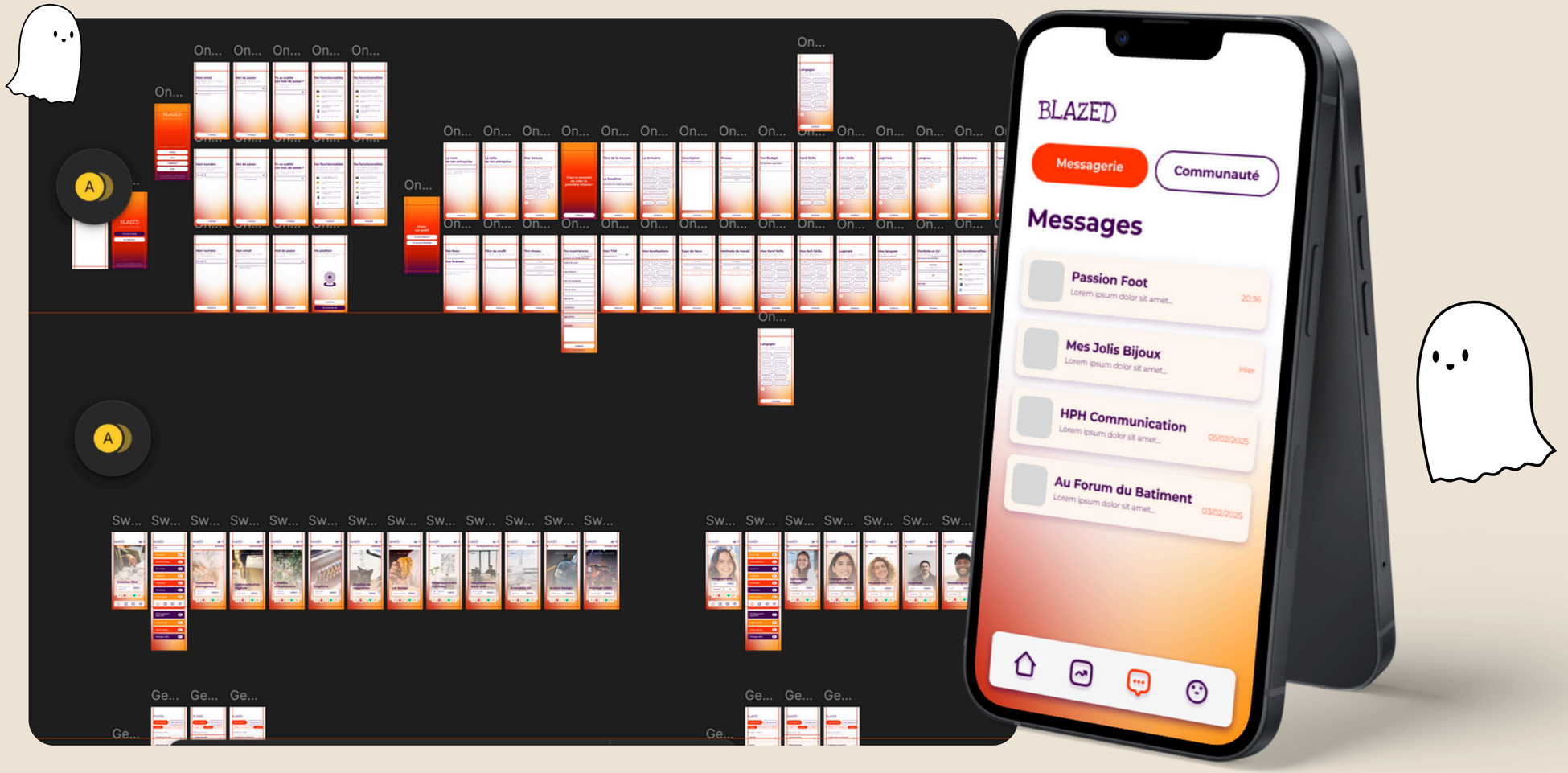
User flow

App mobile



Wireframes

App mobile



Maquettage et prototypage

App mobile

Scannez le QR code pour accéder au prototype !

blazed

Conception UX/UI | Conception et réalisation du projet | Page 69

Ergonomie Web et accessibilité

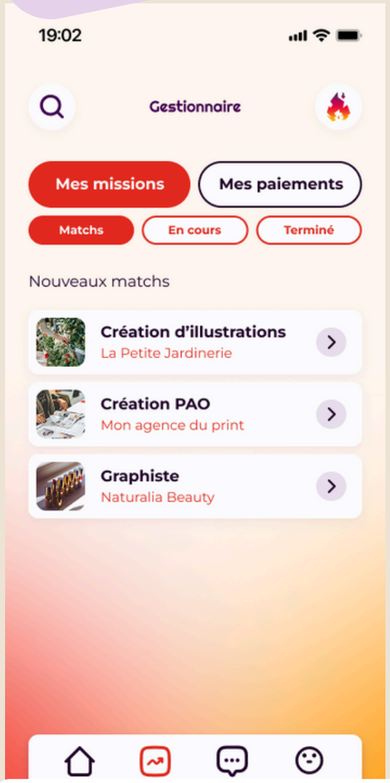
Transmission de l'information immédiate

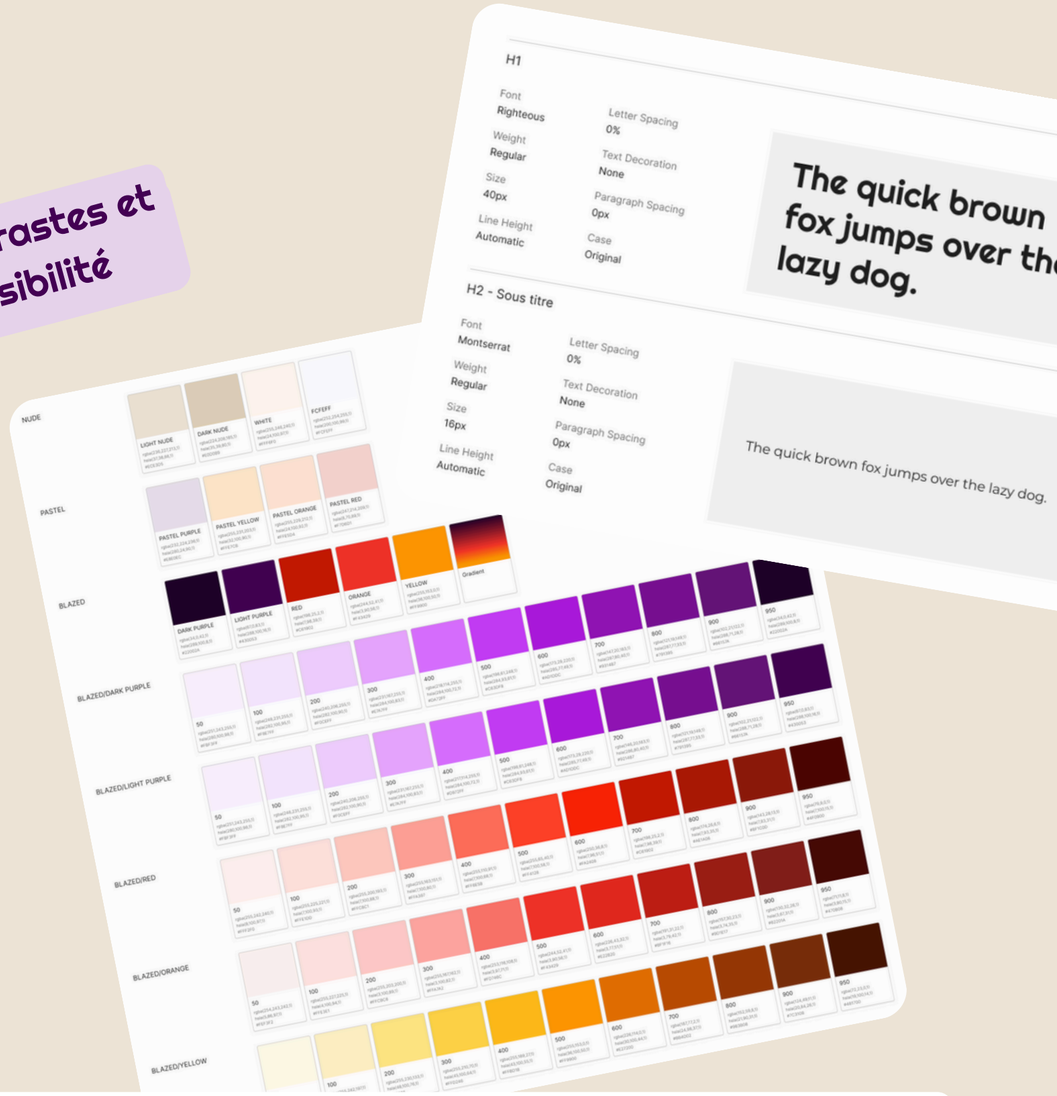
Respect des conventions mobiles

Cohérence graphique

Contrastes et lisibilité

Hiérarchie visuelle





Tests utilisateurs et corrections

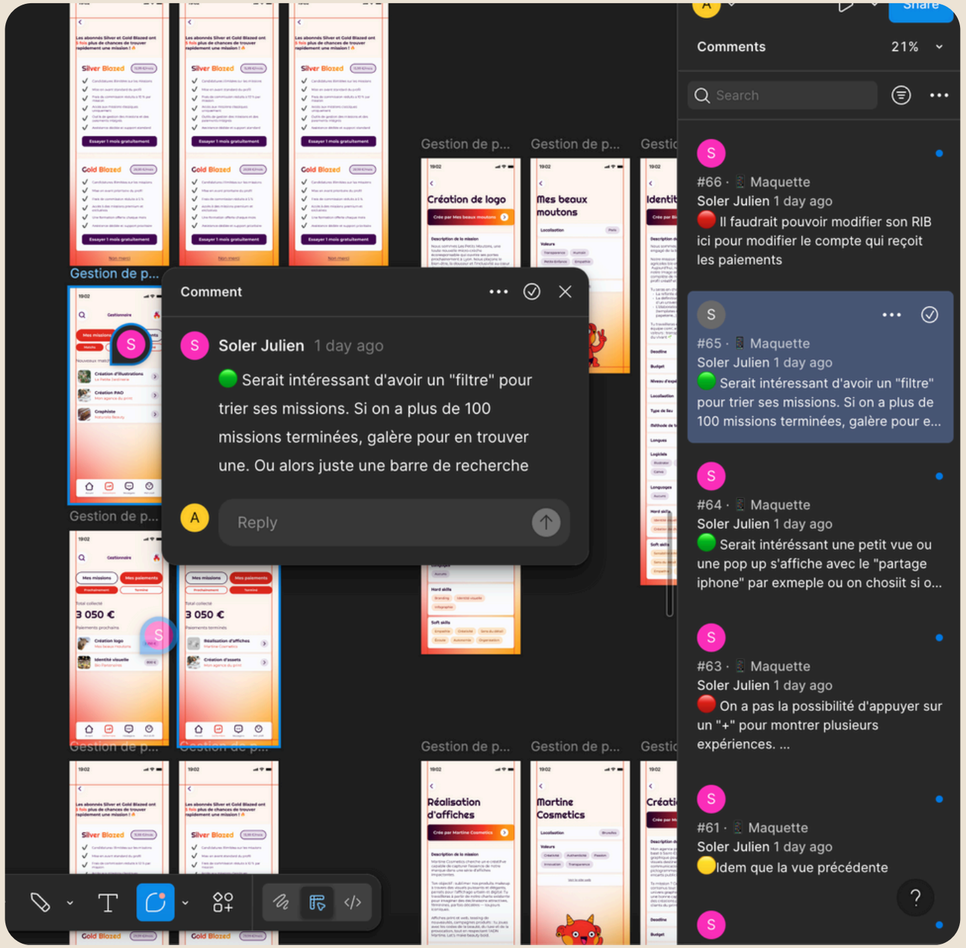
App mobile

Salut Tout le monde !
J'espère que vous passez un bon dimanche de Pâques 🐇

C'était pour vous annoncer que la maquette est officiellement terminéeeeee 🥳 Il est donc l'heure de passer aux tests utilisateurs, donc je vous demanderais tous de passer sur la maquette vous tester les 2 parcours utilisateurs (freelance et entreprise) et d'ajouter un commentaire à l'endroit où le changement doit être fait, avec les règles suivantes :

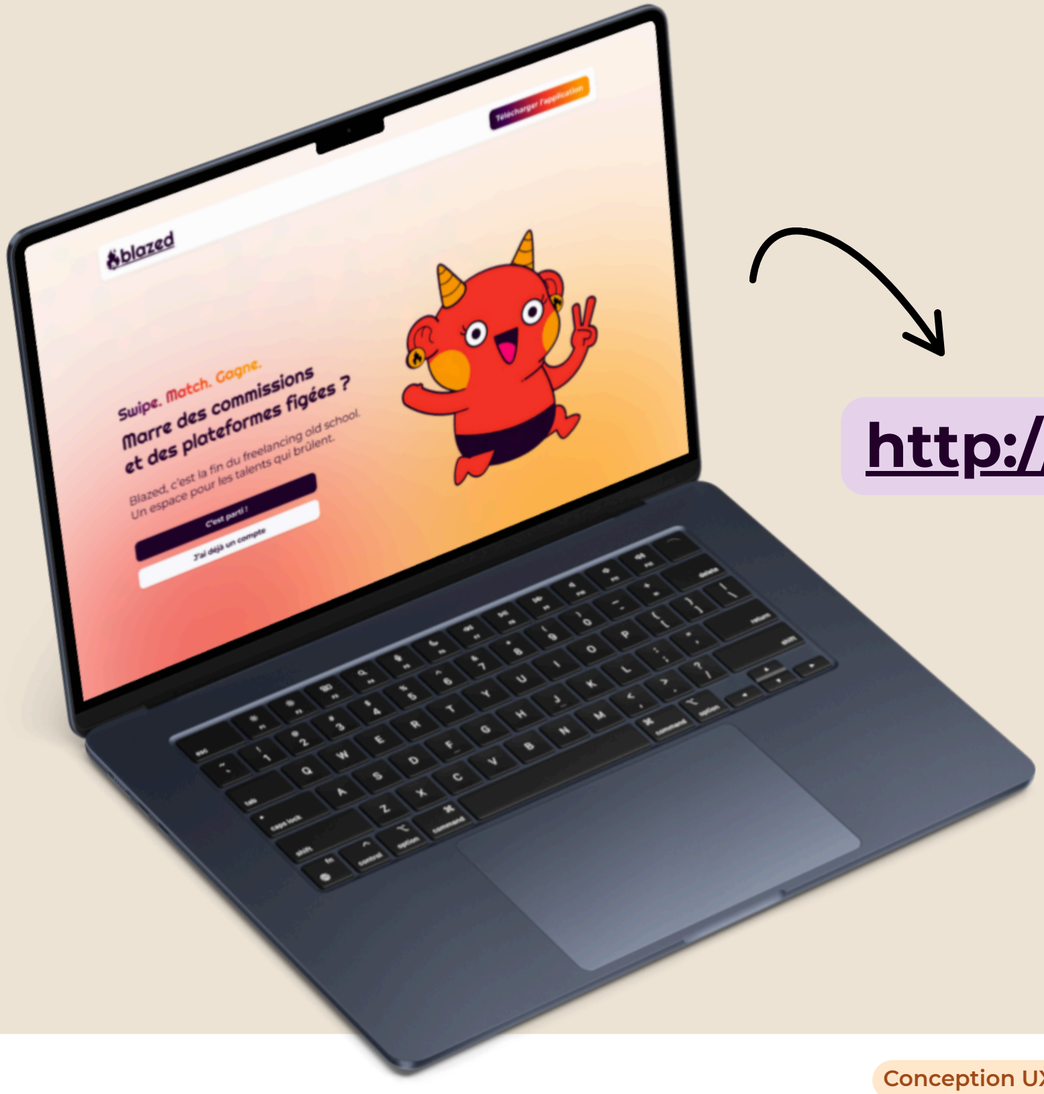
- 🔴 Pastille rouge : pour les bugs/éléments non fonctionnels ou éléments manquants
- 🟡 Pastille jaune : pour les incohérences
- 🟢 Pastille verte : pour les suggestions
- 🔵 Pastille bleu : pour les fautes d'orthographes

Pour départager les 2 parcours vous retrouverez un message comme celui ci :



Maquettage et intégration

Landing page



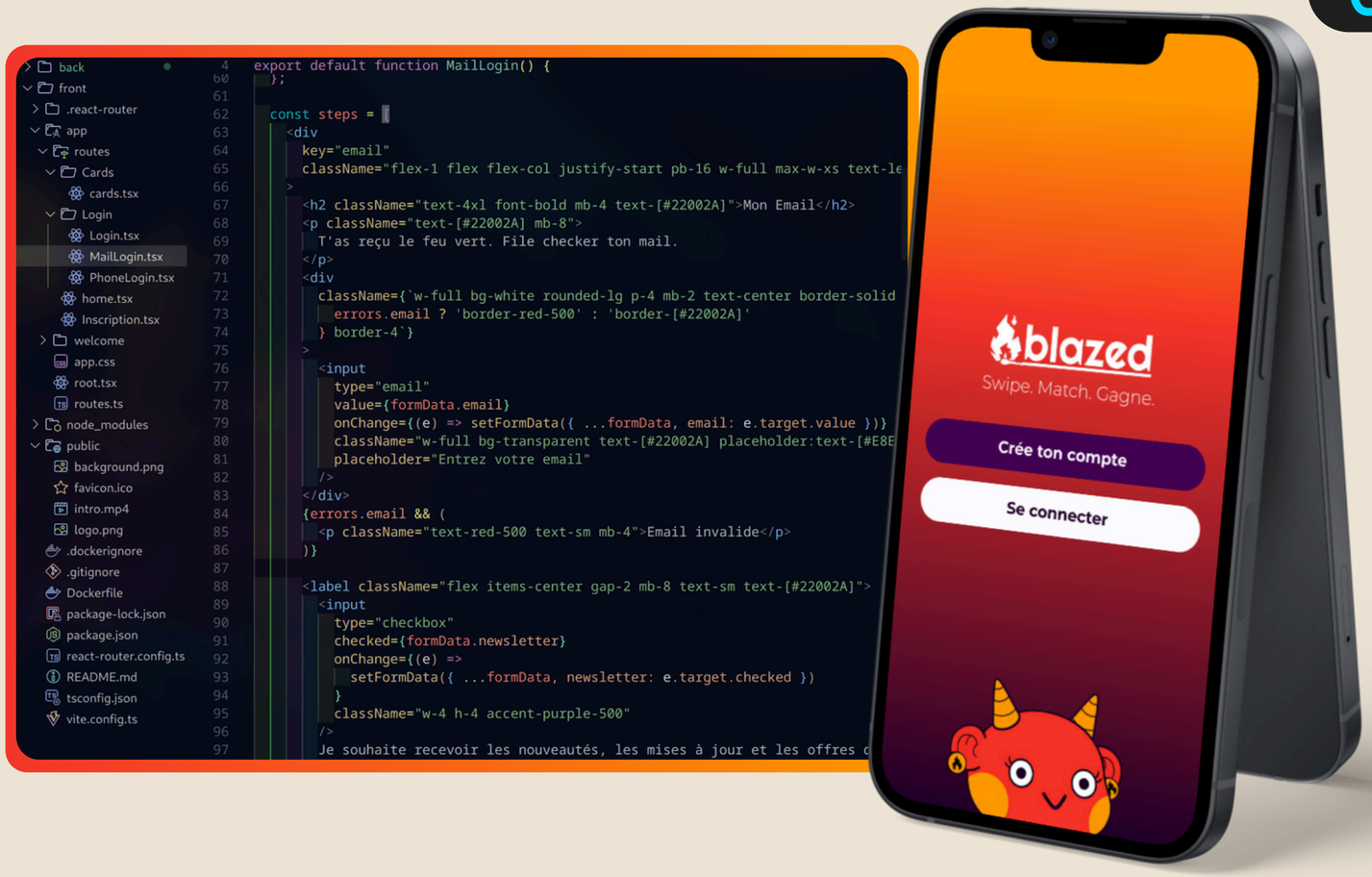
http://blazed.anadanil.fr

Développement FrontEnd

React

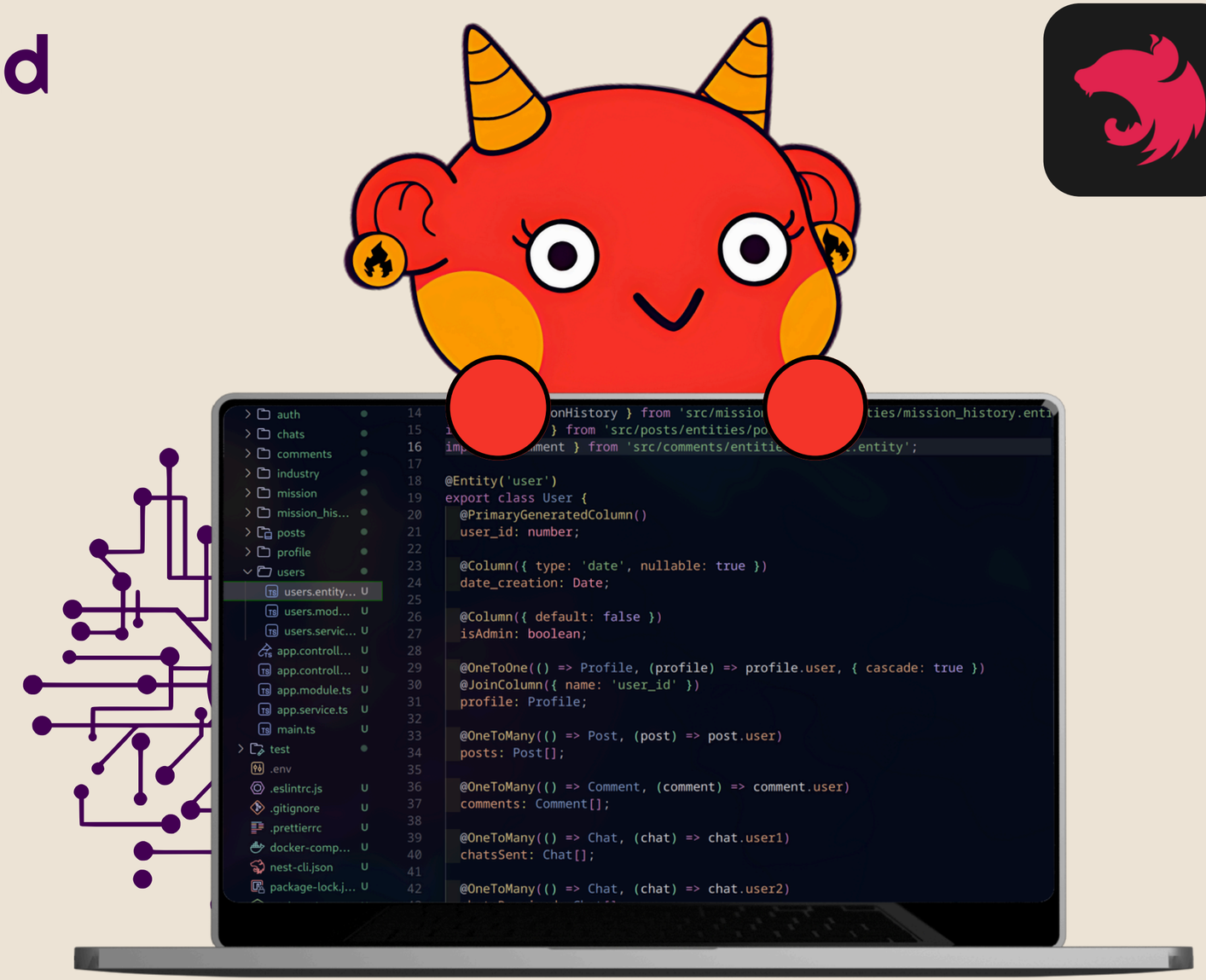
Router pour les pages

Composants

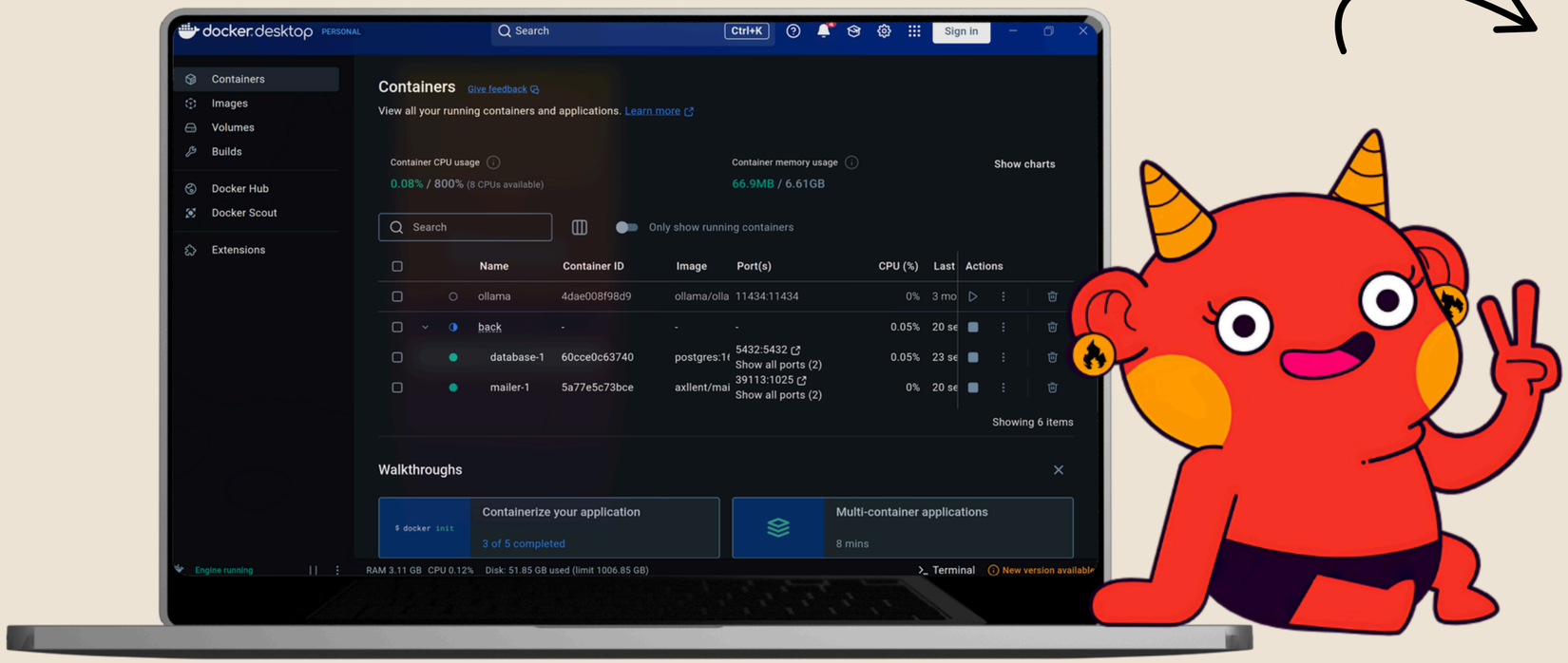


Développement BackEnd

- Framework NestJS
- Modules
- Services
- Contrôleurs
- Algorithme de matching



Développement local



Docker

Conteneurisation

Dockerfiles

Docker compose

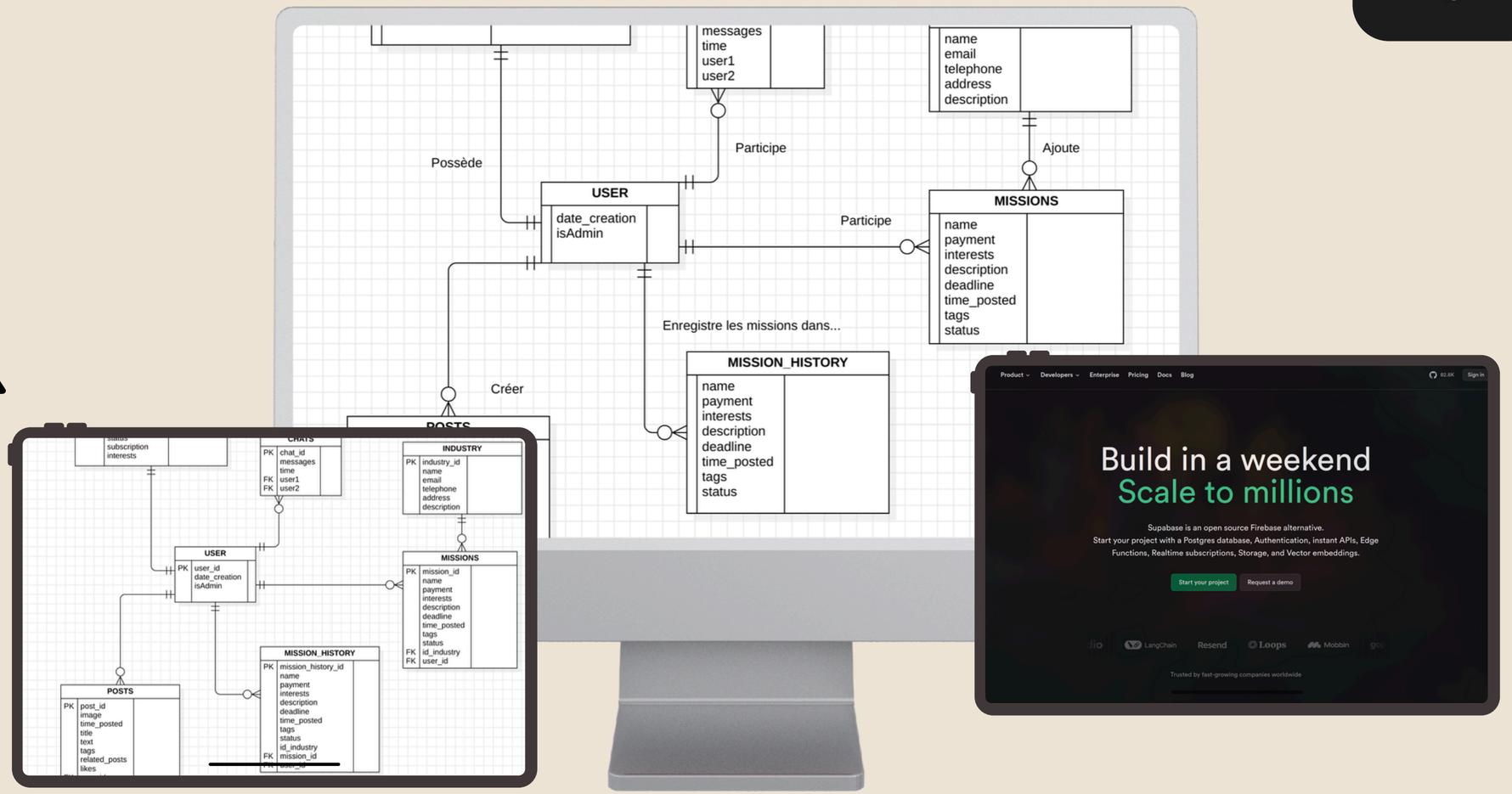
Base de données

MCD

MLD

Supabase

PostgresSQL



Gestion de projet

Méthode Agile

Organisée en sprints
de 2 semaines

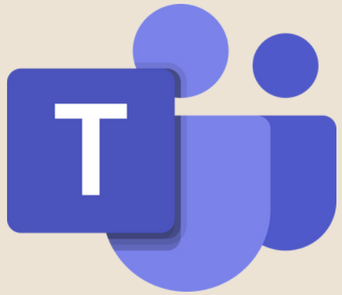
Diagramme de Gantt

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

Outils collaboratifs

Notion

Plateforme centrale de gestion de projet



Teams

Échange en temps réel et interactions entre l'équipe

Discord

Messagerie + réunions de synchronisation

Google drive

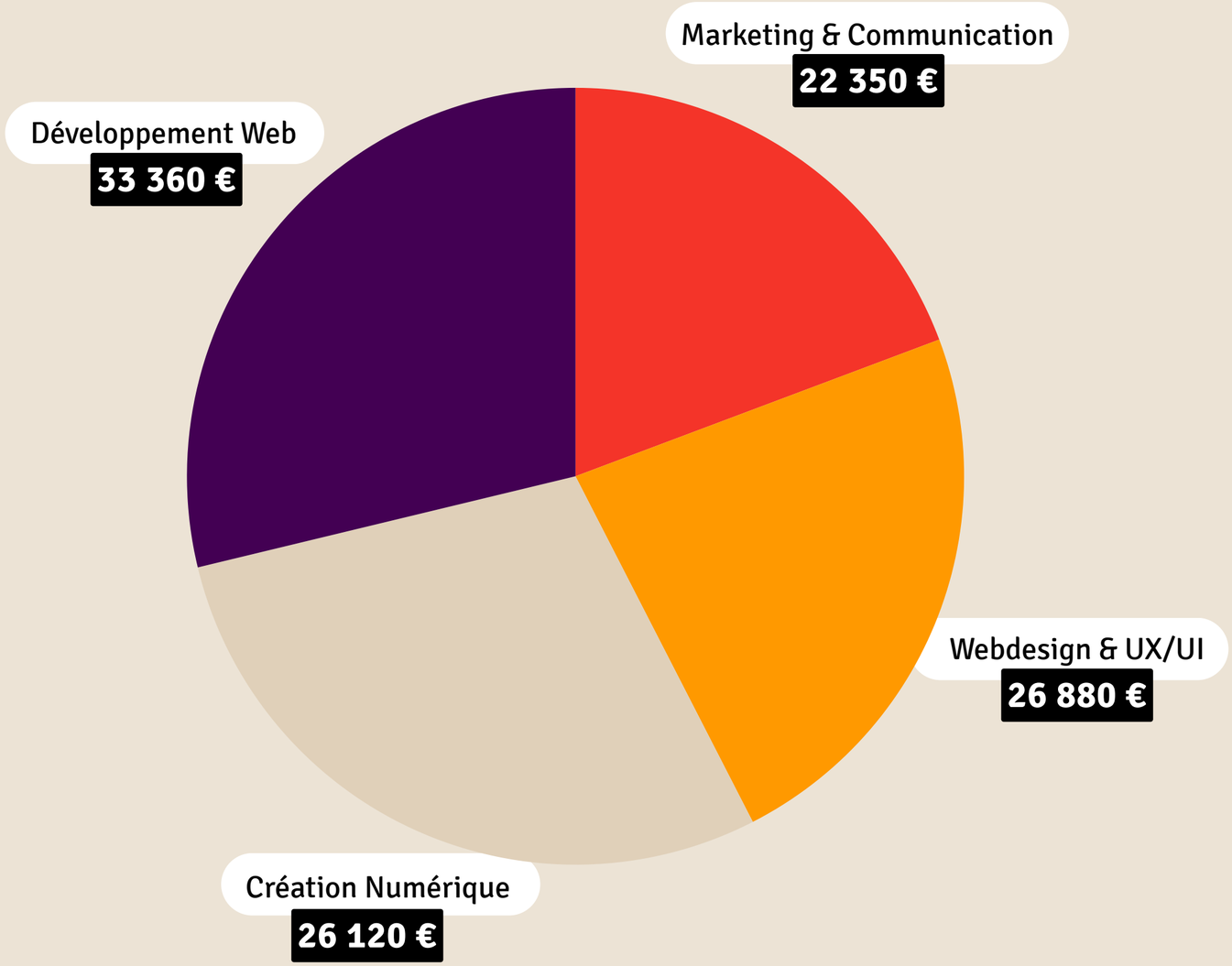
Documents stratégiques et opérationnels

Budgetisation

Total Général 💰 : 108 710 €

Analyse 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%



blazed

ON L'A PENSÉ POUR CEUX QUI VEULENT TRAVAILLER AUTREMENT.

Et on espère que vous en ferez partie.

Camille DZIRANIAN · Justine PERRET · Julien LEGRAND · Anastasia DANILCHUK · Matthis VERNIORY · Dorine FERREIRA

MyDigitalSchool · Lyon · 2024-2025