



Mobi

Le voyage intelligent.

01 Cahier des Charges

En quelques mots...

Dans un contexte où **de nombreux centres-villes** en France font face à des défis liés à la **désertion commerciale** et à la diminution de leur fréquentation, des solutions innovantes émergent pour revitaliser ces espaces cruciaux. **L'essor du commerce en ligne**, les changements dans les habitudes de consommation, et d'autres dynamiques socio-économiques ont contribué à transformer le paysage urbain.

Ainsi, au cœur de cette transformation, se trouve l'application Mobi, **une réponse moderne qui cherche à redynamiser les centres-villes** en favorisant une mobilité douce et en rétablissant des liens sociaux essentiels. Pour comprendre pleinement le rôle de Mobi dans ce contexte, explorons les données et les **tendances qui définissent le défi** contemporain de la désertion des centres-villes en France.

L'application "Mobi" vise à **faciliter l'accès aux transports en commun dans les centres-villes peu fréquentés**. En permettant aux utilisateurs d'acheter et de stocker leurs billets de transport directement dans l'application, ainsi que de **gérer leurs abonnements**, "Mobi" simplifie le processus de déplacement.

De plus, elle offre **des réductions tarifaires pour des activités en centre-ville**, encourageant ainsi l'utilisation des transports en commun. Le programme de points intégré récompense les utilisateurs réguliers, favorisant une mobilité durable et contribuant à la revitalisation des centres-villes.

| Problématique

Comment rendre à nouveau les centres-villes français attractifs ?

Le but

Dans un contexte où de nombreux centres-villes en France font face à des défis liés à **la désertion commerciale et à la diminution de leur fréquentation**, des solutions innovantes émergent pour revitaliser ces espaces cruciaux. **L'essor du commerce en ligne**, les changements dans les habitudes de consommation, et d'autres dynamiques socio-économiques ont contribué à **transformer le paysage urbain**.

Ainsi, au cœur de cette transformation, se trouve l'application Moby, **une réponse moderne qui cherche à redynamiser les centres-villes** en favorisant une mobilité douce et en rétablissant des liens sociaux essentiels. Pour comprendre pleinement le rôle de Moby dans ce contexte, explorons les données et les tendances qui définissent **le défi contemporain** de la désertion des centres-villes en France.

Prochain Arrêt Boulevard Mobinaute



L'application Mobi a pour objectif de créer un impact positif à plusieurs niveaux, mettant l'accent sur la revitalisation des centres-villes, la promotion de la mobilité douce et la reconnexion sociale entre les utilisateurs.

Revitalisation des Centres-Villes

1

Accès Facilité aux Activités : Mobi offre aux utilisateurs un moyen pratique d'accéder aux transports en commun, facilitant ainsi leur participation aux activités en centre-ville.

Stimulation Économique

2

En incitant les utilisateurs à échanger des points contre des réductions dans les commerces et activités en centre-ville, Mobi contribue à la vitalité économique de ces zones.

Favoriser la Mobilité Douce

3

Gestion d'Abonnements aux Transports : En centralisant la gestion des abonnements aux transports, Mobi encourage l'utilisation de modes de déplacement plus respectueux de l'environnement.

Reconnexion Sociale

4

Plateforme Sociale Intégrée : Mobi intègre des fonctionnalités sociales pour que les utilisateurs puissent se connecter, partager leurs expériences et même planifier des activités en groupe.

Présentation du Projet

L'objectif de l'application Mobi est de **révolutionner les déplacements urbains** en proposant aux utilisateurs un accès facile et intégré aux transports en commun, tout en créant **une expérience sociale et communautaire enrichissante**.

En outre, Mobi vise à promouvoir **l'inclusion en facilitant l'accès aux personnes handicapées et en soutenant les commerçants locaux** grâce à un système de réductions exclusives, contribuant ainsi à la revitalisation des centres-villes.

Définition du Besoin

Le besoin des commerçants d'avoir une application de ce genre réside dans leur **volonté de stimuler leur activité commerciale** en attirant plus de clients potentiels, notamment en offrant **des réductions ou des avantages exclusifs** aux utilisateurs de l'application. Ces commerçants cherchent également à améliorer leur visibilité et leur accessibilité dans un contexte où la **désertification des centres-villes** menace leur activité.

Pour les utilisateurs, le besoin d'avoir une application de ce genre découle de leur désir de **simplifier et d'optimiser leurs déplacements quotidiens en ville**. Ils recherchent un outil **pratique et centralisé** qui leur permette d'accéder facilement aux différents modes de transport en commun disponibles, tout en leur offrant la possibilité de bénéficier de réductions ou d'avantages lorsqu'ils font des achats chez les **commerçants locaux**. De plus, les utilisateurs cherchent souvent à rester connectés avec leur communauté locale et à découvrir **de nouvelles activités à proximité**, ce que cette application leur permettrait également de faire.

Traduction des besoins

Pour répondre à ces besoins sur une application il faut établir un nombre de fonctionnalités suffisants.

Voici les différentes fonctionnalités importantes de Mobi :

Sélection de la Ville

Permet aux utilisateurs de sélectionner leur ville pour accéder aux informations spécifiques à leur région.

Gestion des Abonnements

Permet aux utilisateurs de gérer leurs abonnements aux transports en commun directement depuis l'application.

Horaires en Temps Réel

Fournit aux utilisateurs les horaires en temps réel des transports en commun dans leur ville.

Réductions chez les Commerçants

Affiche les offres de réductions disponibles chez les commerçants locaux partenaires.

Profils Utilisateurs

Permet aux utilisateurs de créer et de gérer leur profil, incluant des informations telles que leurs préférences de transport et leurs centres d'intérêt.

Système de Points

Permet aux utilisateurs de cumuler des points en utilisant les transports en commun, ces points pouvant être échangés contre des réductions ou des avantages chez les commerçants partenaires.

Messagerie entre Utilisateurs

Offre la possibilité aux utilisateurs de communiquer entre eux, favorisant ainsi les interactions sociales et la création de communautés locales.

Ressources et Contraintes

Conception Vectorielle

Pour la conception j'ai principalement utilisé Illustrator mais aussi Figma.

Photomontage et retouche

Photoshop a beaucoup été utilisé, en particulier pour les mock-ups et sur la partie Marketing

Réseaux Sociaux

Outil utilisé pour la création d'animation sur les réseaux sociaux mais aussi pour le support de présentation oral

Maquette et prototype

Figma a été l'outil principal pour les maquettes et les prototypes.

Gestion de Projet

Trello a été l'outil pour la gestion de projet avec l'utilisation du calendrier

Motion Design

Outils utilisés pour les animations animés

02 UX Research

Introduction

De manière à effectuer une étude concurrentielle on doit segmenter les différents rôles que comporte l'application Mobi. En effet, Mobi se veut comme une application holistique regroupant différentes catégories. C'est donc sous le prisme de ces trois parties que nous allons effectuer notre veille. **Accessibilité** pour l'accès direct à des horaires des transports en commun en temps réel, l'aspect **Social** avec la possibilité d'échanger avec les autres mobinautes mais aussi d'accéder à des activités des commerçants. Mais aussi pour l'aspect **Eco-Inclusif**, favorisant la mobilité douce et donnant accès à des lieux accessibles pour les personnes en situation d'handicap.

Accessibilité

L'aspect connecté de l'application Mobi incarne la facilité avec laquelle les utilisateurs peuvent accéder à une variété d'abonnements dans plusieurs villes de France, ainsi que la disponibilité en temps réel des horaires. De plus, Mobi permet aux utilisateurs d'avoir accès à un ticket ou une carte d'abonnement directement dans l'application, offrant une expérience centralisée et pratique pour les déplacements dans n'importe quelle ville.

Social

L'aspect dynamisant de l'application Mobi capture l'effervescence et l'énergie générées par les activités en centre-ville. En plus de la participation à ces activités, Mobi favorise l'aspect social en offrant la possibilité aux utilisateurs d'échanger avec d'autres 'mobinautes' au sein de l'application. Cela crée une communauté dynamique, stimulante et interactive, renforçant ainsi le lien social au cœur de la vie urbaine.

Eco-Inclusif

L'aspect éco-inclusif de Mobi incarne son engagement envers l'inclusion, l'accessibilité et la mobilité douce. En favorisant une mobilité respectueuse de l'environnement et en veillant à ce que l'application soit accessible à tous, elle aspire à créer une communauté de mobilité diversifiée et écologiquement consciente. Le volet social de Mobi s'étend également à la possibilité d'interactions entre utilisateurs, renforçant ainsi la cohésion sociale.

L'accessibilité



Qu'est ce que c'est ?

Moovit est une application de planification d'itinéraires qui fournit des informations en temps réel sur les transports en commun. Elle permet aux utilisateurs de planifier des trajets, d'obtenir des horaires de bus, de métro, de trains et de recevoir des alertes en cas de perturbations du service. Moovit propose des cartes interactives, des itinéraires multi-modaux et des fonctionnalités de suivi en temps réel pour rendre les déplacements en transport en commun plus efficaces.



Qu'est ce que c'est ?

L'application IDFM Mobilités, dédiée à la région Île-de-France, propose une gamme complète de services liés aux transports en commun. Elle permet aux utilisateurs de planifier des itinéraires, d'obtenir des informations sur les horaires en temps réel, d'acheter des titres de transport, et de recevoir des alertes sur les perturbations éventuelles du réseau. L'application est spécifiquement conçue pour répondre aux besoins de mobilité des résidents et visiteurs de la région francilienne.

Tant Moovit que IDF Mobilités partagent l'aspect commun de l'accessibilité, un pilier essentiel pour Mobi.

Moovit se concentre sur la fourniture d'informations en temps réel sur les transports en commun, facilitant ainsi l'accès aux différentes options de déplacement.

De même, IDF Mobilités offre des fonctionnalités similaires, en mettant l'accent sur la disponibilité des transports en Île-de-France.

Pour Mobi, l'accessibilité est cruciale pour garantir une expérience de déplacement fluide et inclusive pour tous les utilisateurs, quelle que soit leur destination.

Le Social

GROUPON®

Qu'est ce que c'est ?

Groupon est une plateforme qui offre des offres promotionnelles, des coupons et des réductions pour divers produits et services, notamment des restaurants, des activités de loisirs, des voyages, des soins de bien-être, etc.

Meetup

Qu'est ce que c'est ?

Meetup est une plateforme en ligne qui permet aux gens de créer et de rejoindre des groupes locaux basés sur des intérêts communs. Ces groupes organisent des événements en personne, fournissant une plateforme pour rencontrer de nouvelles personnes et partager des expériences autour de centres d'intérêt spécifiques.

Meetup et Groupon partagent un objectif commun : encourager **les interactions sociales**, un aspect également essentiel pour Mobi.

Meetup offre une plateforme où les gens peuvent **se rencontrer en personne lors d'événements locaux**, tandis que Groupon permet aux utilisateurs de découvrir et de **participer à des activités de groupe à des tarifs avantageux**.

Pour Mobi, la dimension sociale est cruciale, car l'application vise à créer des **liens entre les utilisateurs**, favorisant ainsi un sentiment d'appartenance et de **communauté dans l'espace urbain**.

De même, Mobi favorise les interactions sociales en permettant aux utilisateurs de rencontrer **des commerçants locaux** grâce aux réductions disponibles sur l'application, contribuant ainsi à la **revitalisation des centres-villes** en encourageant les échanges et les achats locaux.

Inclusivité



Qu'est ce que c'est ?

Blablacar est une plateforme de covoiturage qui met en relation des conducteurs et des passagers partageant le même itinéraire. Elle vise à optimiser les places disponibles dans les véhicules pour des trajets longue distance.

Elle vise à optimiser les places disponibles dans les véhicules pour des trajets longue distance, contribuant ainsi à réduire l'empreinte carbone en favorisant le partage de véhicules et en diminuant le nombre de voitures sur les routes.

Blablacar et Jaccede.com partagent **un engagement commun envers l'inclusivité**, un aspect également essentiel pour Mobi.

Blablacar favorise l'inclusivité en offrant **une alternative écologique au transport individuel**, encourageant ainsi la collaboration et la réduction de l'empreinte carbone.

De même, Jaccede.com s'engage à **rendre les lieux accessibles aux personnes handicapées**, promouvant ainsi l'inclusivité et l'accessibilité dans les espaces publics.

Pour Mobi, **l'inclusivité est une priorité**, avec des fonctionnalités dédiées pour rendre les transports accessibles à tous, qu'il s'agisse de **réduire l'impact environnemental ou d'améliorer l'accessibilité pour les personnes handicapées**, contribuant ainsi à une société plus équitable et durable.



Qu'est ce que c'est ?

Jaccede est une plateforme en ligne qui permet aux utilisateurs de partager et de consulter des informations sur l'accessibilité des lieux publics, y compris les transports en commun, pour les personnes à mobilité réduite.

Transit

Transit est une application mobile conçue pour simplifier les déplacements urbains en fournissant des informations en temps réel sur les transports en commun. Elle permet aux utilisateurs de planifier leurs trajets en utilisant différents modes de transport, tels que les bus, les trains, les tramways, les vélos en libre-service et même les services de covoiturage. Transit offre des fonctionnalités de navigation précises, des alertes en cas de perturbations de service, ainsi que la possibilité de partager son itinéraire avec d'autres utilisateurs.

Avoir les horaires en temps réel

Cette fonctionnalité permet aux utilisateurs de planifier leurs déplacements de manière efficace en ayant accès aux horaires des transports en temps réel, ce qui leur permet de minimiser les temps d'attente et d'arriver à destination plus rapidement.

Accès à plusieurs modes de transport

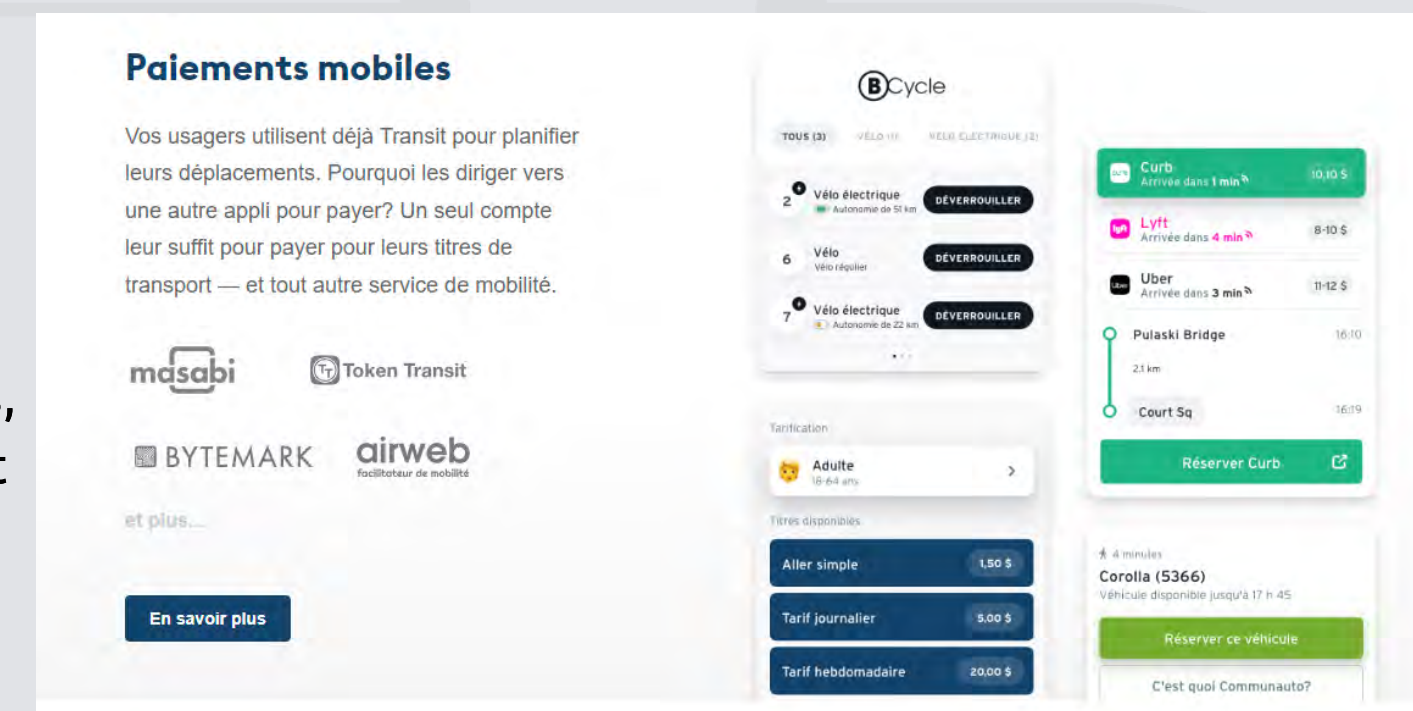
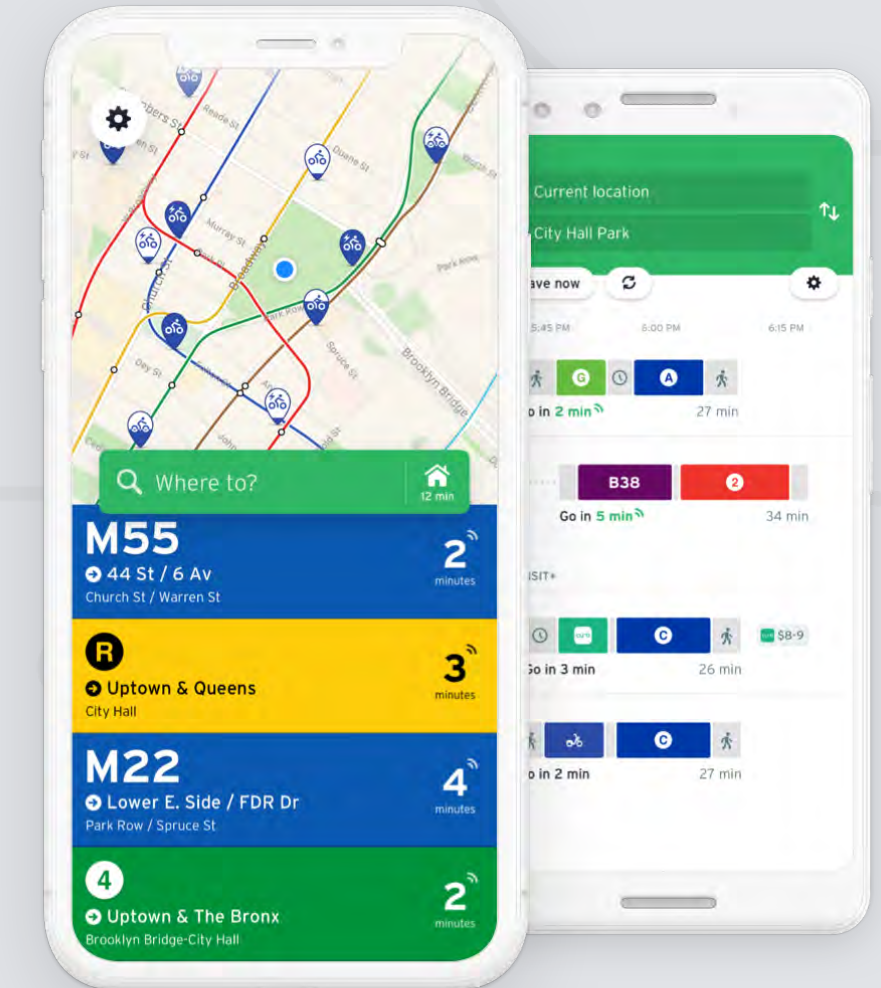
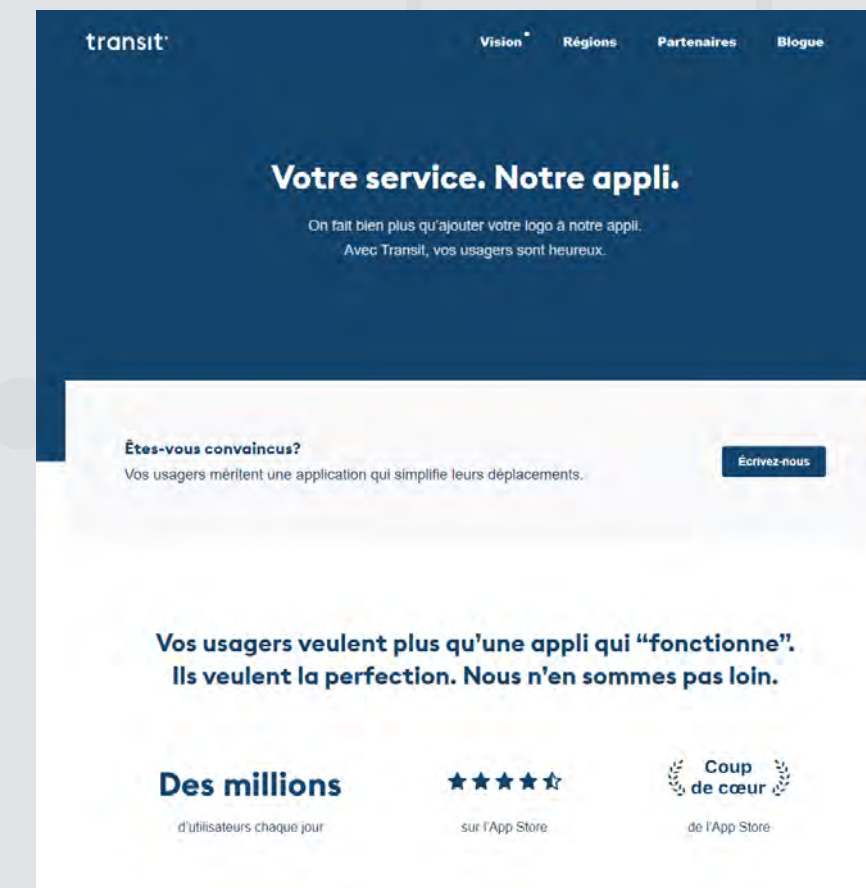
En offrant un accès à plusieurs modes de transport, tels que les bus, les trains, les métros, les tramways, etc., l'application Transit permet aux utilisateurs de choisir le moyen de transport le plus adapté à leurs besoins, en fonction de leur destination, de l'heure et de leurs préférences personnelles.

Plan détaillé de la ville

Cette fonctionnalité fournit aux utilisateurs un plan détaillé de la ville, ce qui leur permet de visualiser facilement les différents itinéraires disponibles, les arrêts de transport en commun, les stations, ainsi que les points d'intérêt à proximité, facilitant ainsi la navigation et l'orientation dans la ville.

Partenariats avec des municipalités

Les partenariats avec des municipalités permettent à l'application Transit d'obtenir des données en temps réel sur les transports en commun, ainsi que des informations sur les travaux routiers, les fermetures de routes et les événements spéciaux, ce qui permet aux utilisateurs de recevoir des informations fiables et à jour pour planifier leurs déplacements.



Système de points

Le système de points incite les utilisateurs à utiliser l'application régulièrement en leur offrant des récompenses, des réductions ou des avantages spéciaux, ce qui encourage l'engagement et la fidélité des utilisateurs envers l'application Transit.

Transit Part 2

Persona

Pour l'application Transit, le Persona cible est un utilisateur urbain typique, souvent jeune et dynamique, âgé de 18 à 35 ans, qui dépend largement des transports en commun pour ses déplacements quotidiens. Il cherche à optimiser son temps de trajet et à éviter les retards grâce à une application conviviale qui lui fournit des informations précises et en temps réel sur les transports disponibles dans sa ville.

Choix du nom de domaine

Le nom de domaine choisi pour l'application Transit pourrait être quelque chose comme "transitapp.com" ou "gettransit.com". L'objectif est de choisir un nom simple, facile à retenir et à taper, qui reflète clairement le but de l'application : aider les utilisateurs à naviguer dans les transports en commun.

Ambiance Graphique

L'ambiance graphique de l'application Transit se veut moderne, dynamique et conviviale. Les couleurs utilisées sont généralement vives et énergiques, avec des tons de bleu, de vert et de jaune pour évoquer le concept de mobilité et de vitalité urbaine. Les illustrations et les icônes sont simples et intuitives, facilitant la compréhension et la navigation pour les utilisateurs.

Parcours de Navigation

Le parcours de navigation dans l'application Transit est conçu pour être fluide et intuitif, permettant aux utilisateurs de trouver rapidement les informations dont ils ont besoin pour planifier leurs déplacements. L'application propose une interface claire et bien organisée, avec des fonctionnalités telles que la recherche d'itinéraires, la localisation des arrêts à proximité, les horaires en temps réel et les alertes sur les perturbations de service. L'objectif est de rendre l'expérience de l'utilisateur aussi simple et efficace que possible, en minimisant les étapes et en mettant en avant les informations les plus pertinentes.

Groupon

Groupon est une application mobile proposant des offres spéciales et des réductions sur une variété d'activités, de restaurants et de services dans la région de l'utilisateur. Les utilisateurs peuvent rechercher, acheter et utiliser facilement des coupons numériques pour économiser de l'argent et découvrir de nouvelles expériences locales. Avec des notifications personnalisées et des fonctionnalités de partage social, Groupon offre une manière pratique et conviviale d'explorer et de profiter des offres locales.

Offres Locales

Tout comme Mobi propose des réductions chez les commerçants locaux, Groupon offre des offres spéciales et des réductions pour les activités, les restaurants et les commerces dans la région de l'utilisateur.

Système de Points ou de Récompenses

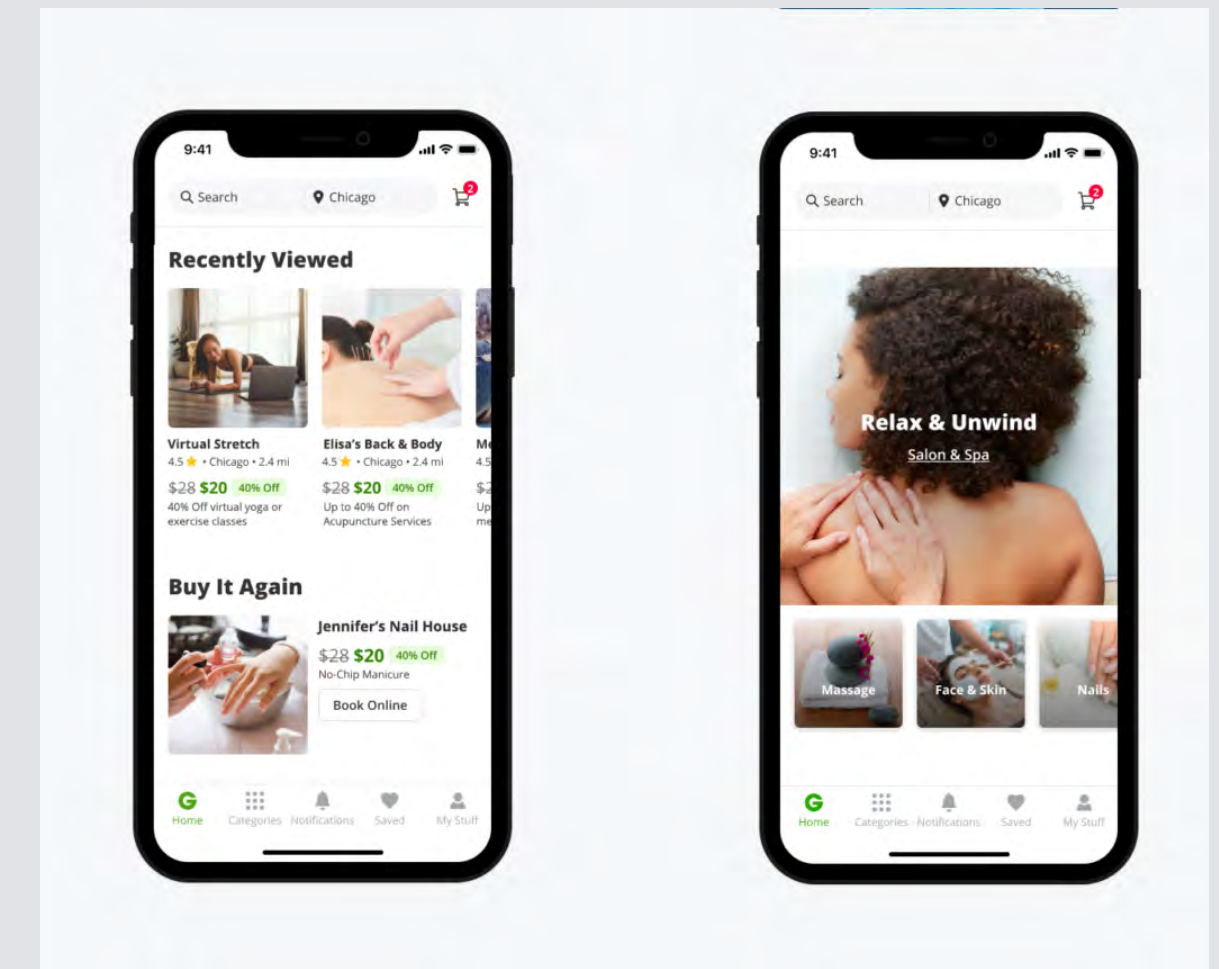
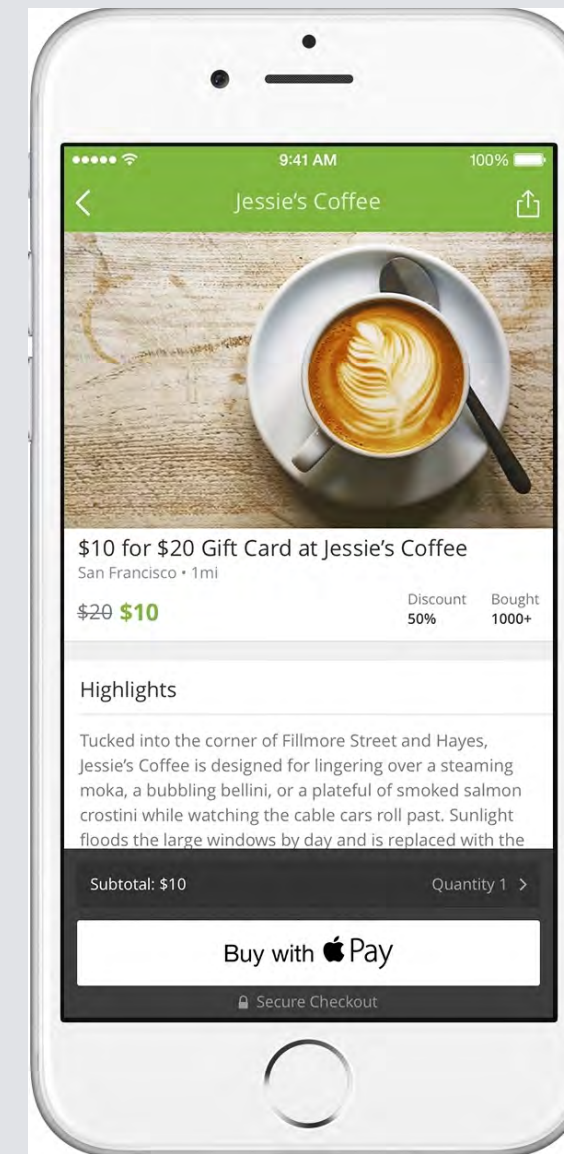
Bien que Groupon n'ait pas exactement le même système de points que Mobi, il propose parfois des offres de récompenses ou de remises supplémentaires pour les achats effectués.

Notifications Personnalisées

Groupon envoie des notifications aux utilisateurs concernant les offres disponibles dans leur région, de manière similaire à la façon dont Mobi pourrait informer les utilisateurs sur les réductions chez les commerçants locaux.

Recherche et Filtrage

Les utilisateurs peuvent rechercher des offres spécifiques sur Groupon en fonction de leur emplacement, de leurs intérêts ou de leur budget, tout comme Mobi permet aux utilisateurs de trouver des réductions chez les commerçants locaux.



Partage Social

Groupon permet aux utilisateurs de partager les offres qu'ils trouvent avec leurs amis et leur famille sur les réseaux sociaux, favorisant ainsi le bouche-à-oreille, une fonctionnalité similaire à celle que Mobi pourrait offrir pour promouvoir les réductions chez les commerçants locaux.

Groupon Part 2

Persona

Pour l'application Groupon, le Persona cible est un consommateur soucieux de faire des économies tout en profitant d'expériences variées. Il s'agit généralement d'un utilisateur urbain, âgé de 25 à 45 ans, qui recherche des offres attractives sur une gamme diversifiée de produits et de services, allant des restaurants et des spas aux activités de loisirs et aux voyages.

Choix du nom de domaine

Le nom de domaine "groupon.com" a été choisi pour l'application, reflétant la marque bien établie et reconnaissable de l'entreprise. Ce nom est simple, facile à retenir et à associer à des offres promotionnelles et des réductions.

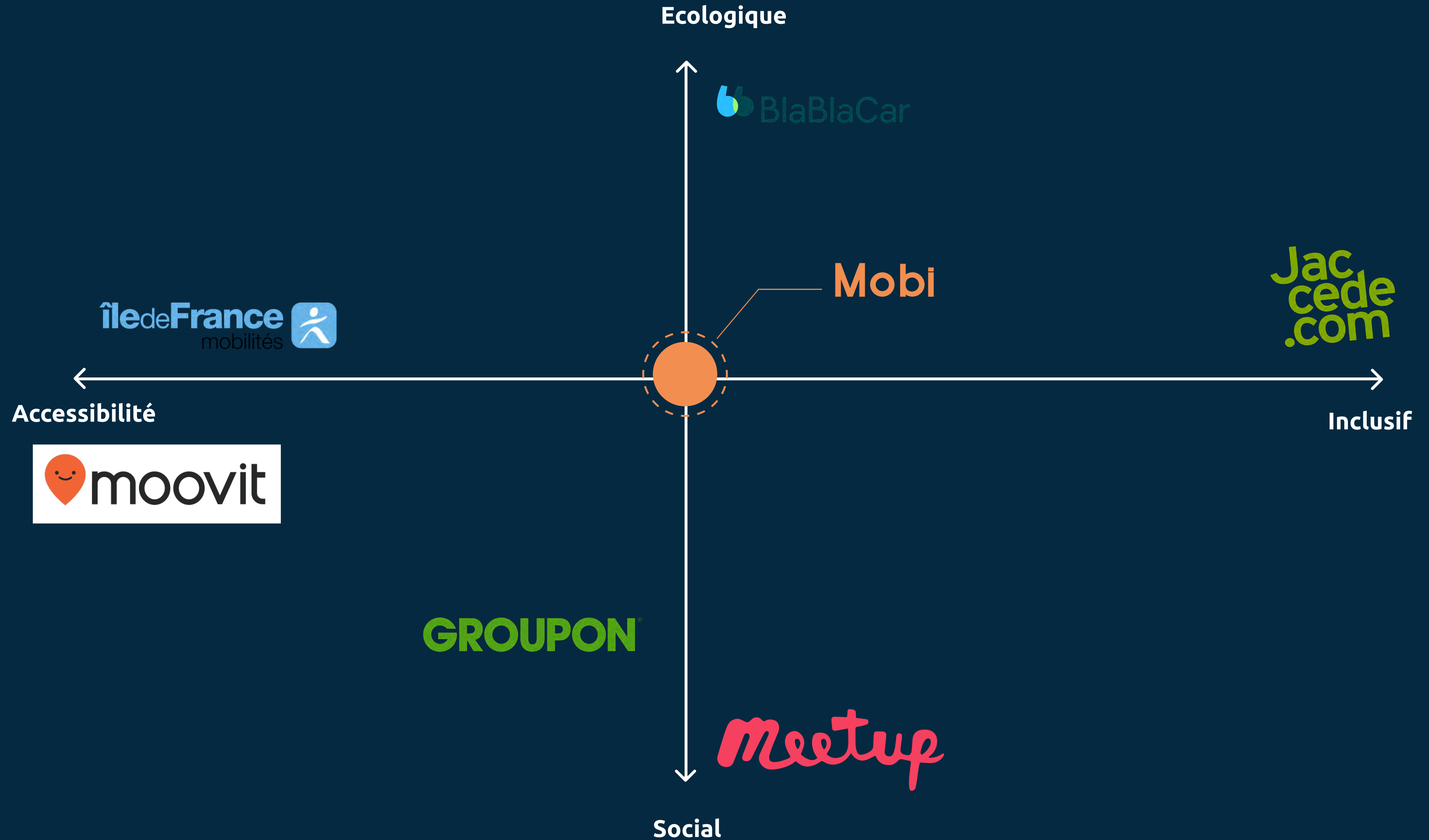
Ambiance Graphique

L'ambiance graphique de l'application Groupon est colorée et vibrante, avec des tons de vert et de violet qui évoquent l'idée de remises et d'opportunités. Les visuels utilisés mettent en avant des offres attrayantes, avec des images claires et des descriptions concises pour inciter à l'action.

Parcours de Navigation

Le parcours de navigation dans l'application Groupon est axé sur la découverte et la facilité d'utilisation. Les utilisateurs peuvent parcourir les offres par catégories, rechercher des offres spécifiques, consulter les détails des offres et procéder à l'achat en quelques clics seulement. L'application offre également des fonctionnalités de géolocalisation pour trouver des offres près de chez soi, ainsi que des recommandations personnalisées basées sur les préférences et les achats précédents. L'objectif est de rendre l'expérience d'achat aussi simple et agréable que possible, tout en offrant des offres attractives et pertinentes pour chaque utilisateur.

Positionnement Mobi





Odile D
Gérante d'un magasin
de jeux de société

Installation en centre ville : 12 ans

Odile travaille dans le centre ville de Dreux depuis maintenant plus de 10 ans, elle a connu la désertification des centre villes avant même que ce phénomène porte un nom.

Bientôt à la retraite, elle espère que le centre ville pourra prospérer dans les années à venir.

Depuis que vous êtes commerçant en centre-ville, ressentez-vous un manque de clients au fil des années ?

Oui, au fil des années, nous avons effectivement constaté une légère diminution du nombre de clients. Cependant, cela varie en fonction de divers facteurs, tels que l'économie générale, les changements dans les habitudes de consommation et la concurrence. Nous faisons de notre mieux pour attirer de nouveaux clients tout en fidélisant notre clientèle existante.

Comment est-ce que vos clients viennent vous voir ? Par quel moyen de transport ?

La majorité de nos clients viennent en voiture, mais il y a aussi un nombre significatif de clients qui utilisent les transports en commun, comme le bus ou le métro. Les piétons sont également une part importante de notre clientèle, car notre emplacement en centre-ville le permet.

De quelle manière faites-vous la promotion de votre établissement ?

Nous utilisons divers moyens pour promouvoir notre établissement. Cela comprend des publicités locales dans les journaux, des promotions spéciales et des réductions, ainsi que la participation à des événements communautaires. Les médias sociaux jouent également un rôle essentiel, nous utilisons des plateformes telles que Facebook et Instagram pour rester en contact avec nos clients et partager nos offres spéciales.

Avez-vous déjà réfléchi à vous installer en Zone d'Activité Commerciale en périphérie ? Et pourquoi ?

Oui, nous avons envisagé de nous installer en Zone d'Activité Commerciale en périphérie. Cela pourrait potentiellement nous offrir un espace commercial plus vaste et des coûts immobiliers moins élevés. Cependant, nous avons choisi de rester en centre-ville pour plusieurs raisons. D'abord, l'emplacement en centre-ville est plus accessible pour de nombreux clients, car il est bien desservi par les transports en commun. De plus, le centre-ville a une atmosphère unique qui attire une clientèle variée, et nous faisons partie intégrante de la vie de la communauté locale.

Pourquoi avez-vous préféré vous installer en centre-ville ?

Nous avons choisi de nous installer en centre-ville en raison de la visibilité et de la proximité qu'offre cet emplacement. Le centre-ville est le cœur de la ville, où de nombreuses personnes vivent, travaillent et se rendent pour diverses activités. Cela nous donne une meilleure opportunité d'attirer un large éventail de clients. De plus, l'accès aux transports en commun facilite la venue de nos clients, ce qui est un avantage considérable pour notre activité.

Depuis que vous êtes commerçant en centre-ville, ressentez-vous un manque de clients au fil des années ?

En réalité, oui, on a remarqué une diminution de notre clientèle au fil des années. Une des raisons principales, c'est que l'accès aux transports en commun en centre-ville n'est pas vraiment adapté, ce qui complique la venue des gens. Beaucoup préfèrent se rendre dans les ZAC en périphérie, où il y a plus de places de stationnement et un accès plus simple.

Comment est-ce que vos clients viennent vous voir ? Par quel moyen de transport ?

La plupart de nos clients viennent en voiture, car ils trouvent plus facile de se garer en périphérie. Les transports en commun en centre-ville ne sont pas aussi pratiques, ce qui peut décourager certaines personnes.

De quelle manière faites-vous la promo de votre établissement ?

On se concentre davantage sur des initiatives locales pour attirer des clients. On participe à des événements en centre-ville, mais il est vrai que nous faisons moins de publicité que dans les ZAC, où la concurrence est moins féroce. Le bouche-à-oreille et les réseaux sociaux sont nos meilleurs alliés.

Avez-vous déjà réfléchi à vous installer en Zone d'Activité Commerciale en périphérie ? Et pourquoi ?

On y a vraiment pensé. Dans les ZAC, l'accès est plus aisé, il y a plus de places de stationnement, et les gens préfèrent souvent ce côté pratique. Mais on a choisi de rester en centre-ville malgré les défis, car on croit en la revitalisation des centres-villes. On est attachés à notre communauté et on espère que les choses vont s'améliorer à l'avenir.

Pourquoi avez-vous préféré vous installer en centre-ville ?

L'idée était de contribuer à la vie en centre-ville et de soutenir la communauté locale. Malheureusement, les transports en commun et le stationnement ne sont pas aussi favorables ici, ce qui affecte notre clientèle. Mais on garde espoir que les choses vont évoluer pour le mieux en centre-ville, et on veut continuer à être une partie de cette transformation.



Léa
Fleuriste

Installation en centre ville : 12 ans

Fleuriste depuis quelques années, Léa est aussi une habitante du centre ville de Dreux. Elle y connaît les moindres recoins et tous les commerçants du coin.

Pour elle, Mobi c'est l'opportunité d'amener les gens à réapprendre le centre ville et à y retrouver des commerçants.

Brahim Restaurateur



Installation en centre ville : 3 ans

Brahim s'est installé pendant le Covid en centre ville, malgré un début difficile il commence à avoir une clientèle de plus en plus fidèle.

Lui même ancien riverain du centre ville, il voit cet endroit comme l'hyper centre d'une ville là où les habitants se croisent et dit adorer ce côté.

Depuis que vous êtes commerçant en centre-ville, ressentez-vous un manque de clients au fil des années ?

J'ai ouvert mon commerce pendant le covid donc ça a déjà été compliqué pour moi en entrée de jeu. Pour moi, cela fluctue surtout par la saisonnalité. Compte tenu que nous sommes dans une petite ville, les gens se déplacent assez rapidement en centre ville..

Comment est-ce que vos clients viennent vous voir ? Par quel moyen de transport ?

Tout dépend des horaires d'ouvertures. Sur le midi on a beaucoup de lycéens qui viennent tout simplement à pied ou parfois en bus. Mais sur les horaires du soir - et aussi parce qu'on ferme assez tard - les gens viennent pratiquement tous en voiture, d'autant plus que l'accès aux transports en commun ferme assez tôt ici. Sinon, nous livrons.

De quelle manière faites-vous la promotion de votre établissement ?

Par le biais de flyers que nous postons directement en boîte aux lettres et aussi sur les réseaux sociaux en mettant en avant les nouveaux menus.

Avez-vous déjà réfléchi à vous installer en Zone d'Activité Commerciale en périphérie ? Et pourquoi ?

En ZAC, pour de la restauration à moins d'être une franchise ce n'est pas intéressant. Cependant en banlieue nous y avons déjà réfléchi, mais nous aimons être au cœur de la ville pour toucher un maximum de personnes.

Pourquoi avez-vous préféré vous installer en centre-ville ?

Le centre ville ça reste le cœur d'une ville, même si parfois il y a moins d'activités, c'est ici où on s'y retrouve le mieux. Puis pour nous dans la restaurations, c'est toujours mieux d'être situé là où tout le monde peut venir facilement plutôt qu'aux abords de la ville.



Amelia

**23 ans, étudiante
Velizy, Yvelines**

Aspirations

“ Le plus beau voyage c’est celui qu’on a pas encore fait ”

Statut

Etudiante en Histoire de l’art, 3ème année

Son rêve

Avoir une maison en face de la mer en provence.

💡 Résumé

Je prends les transports en commun depuis que j’ai 11 ans, au delà d’être pour moi le meilleur moyen pour ne pas avoir une emprente carbone hyper importante, c’est aussi une manière de vivre et de penser.

Intérêts

- 5 Expéditeur
- 4 Road Trippers
- 3 Voyage Urbain
- 2 En Balade
- 1 Snooze

Besoin sur une App

“ Avoir les horaires en temps réel. Qu’il y ait un accident sur la voierie, je veux en être informé. Car je ne peux pas me permettre d’être en retard pour mes cours. Aussi, le fait de pouvoir payer son abonnement est un gros plus, car l’application sera la seule et unique que j’utiliserais pour les transports en commun. ”

Utilisation d’applications

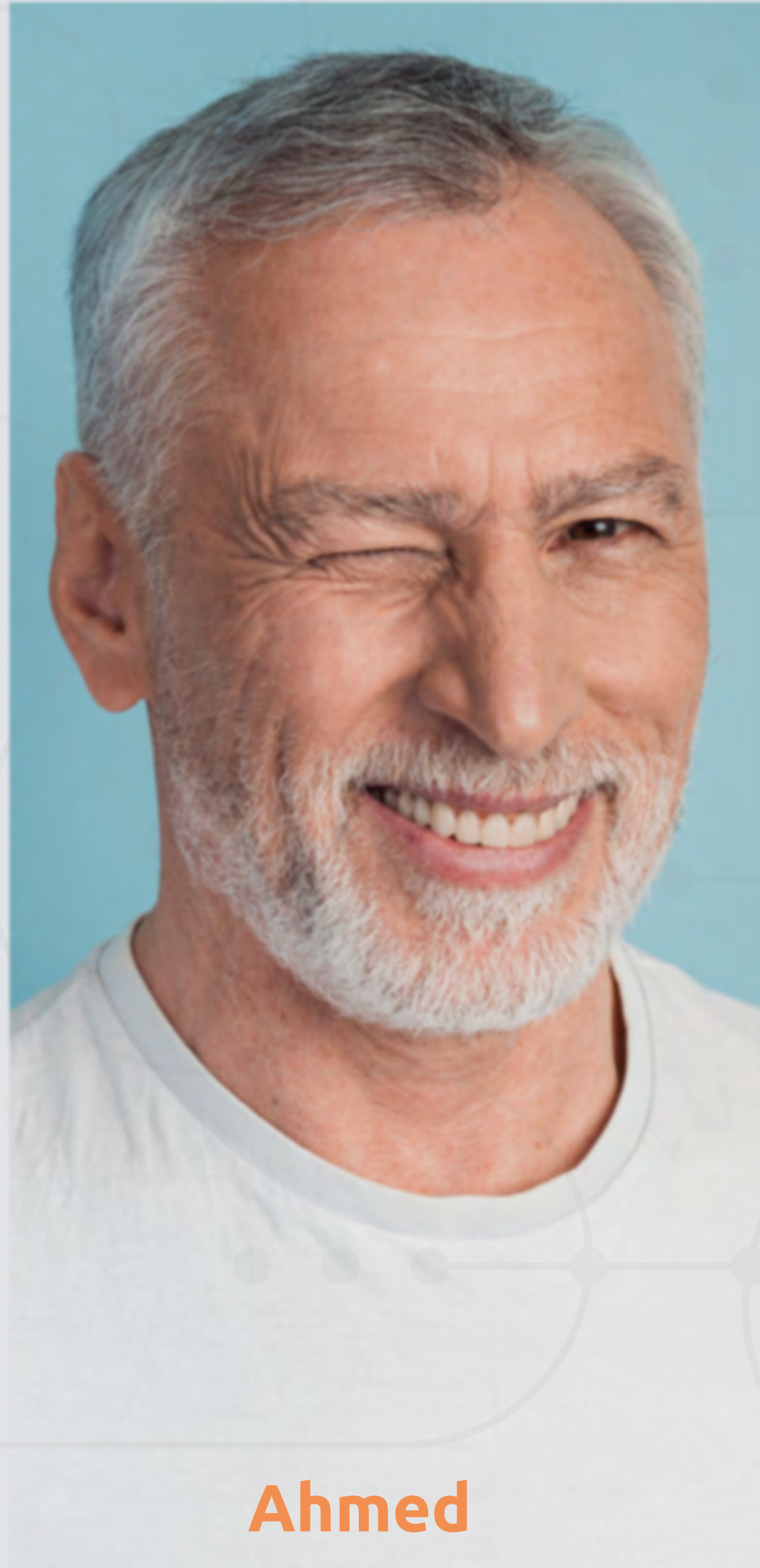
J’utilise principalement IDF France Mobilité. Etant en Ile de France, c’est l’application la plus complète. Même si je regrette qu’il n’y ait pas un côté social ou même des informations en temps réel par moment.

Biographie

J’ai grandi en région parisienne, donc j’ai toujours eu utilité de prendre les transports en commun, que ce soit le métro, le bus ou le tramway.

Utile comme transport, c’est aussi pour moi la possibilité de participer à la mobilité douce et de me sentir utile pour la planète.

N’ayant pas le permis, c’est aussi pour moi pratique pour me déplacer pour voir mes amis, aller à l’école ou encore même faire mes courses.



Ahmed
73 ans, retraité
Dreux, Eure et Loir

Aspirations

“ Fais ce que tu veux, comme tu veux, quand tu veux, mais ne fais rien de ce que tu veux au détriment d'un autre. ”

Statut

Retraité depuis 6 ans. Jardinier à ses heures perdues

Son rêve

Créer une association de jardiniers

Résumé

Depuis que je suis à la retraite je prends les transports en commun beaucoup plus souvent. Au delà de l'efficacité du transport c'est aussi pour moi un gain d'argent considérable.

Intérêts

- 5 Expéditeur
- 4 Road Trippers
- 3 Voyage Urbain
- 2 En Balade
- 1 Snooze

Besoin sur une App

Je souhaiterais une application ou non seulement je pourrais retrouver les horaires en temps réel, mais aussi une application qui me permettrait de reconnecter avec l'humain. Une application ou je pourrais rencontrer des commerçants et même les riverains.

Utilisation d'application

Je n'utilise aucune application à ce jour. J'utilise principalement les horaires en papier délivré par la ville. Mais j'aimerais être plus à l'aise avec une application simple d'utilisation qui me permettrait d'avoir les horaires et plus.

Biographie

Je suis retraité depuis quelques années. J'ai travaillé pendant plus de 42 ans en usine et j'utilisais énormément ma voiture.

Aujourd'hui par conscience écologique mais aussi pour faire des économies, j'utilise plus fréquemment le bus pour me déplacer.

J'aimerais être plus au courant de l'activité de ma ville de manière à retrouver des activités communes avec les riverains.

03

Recherche Design

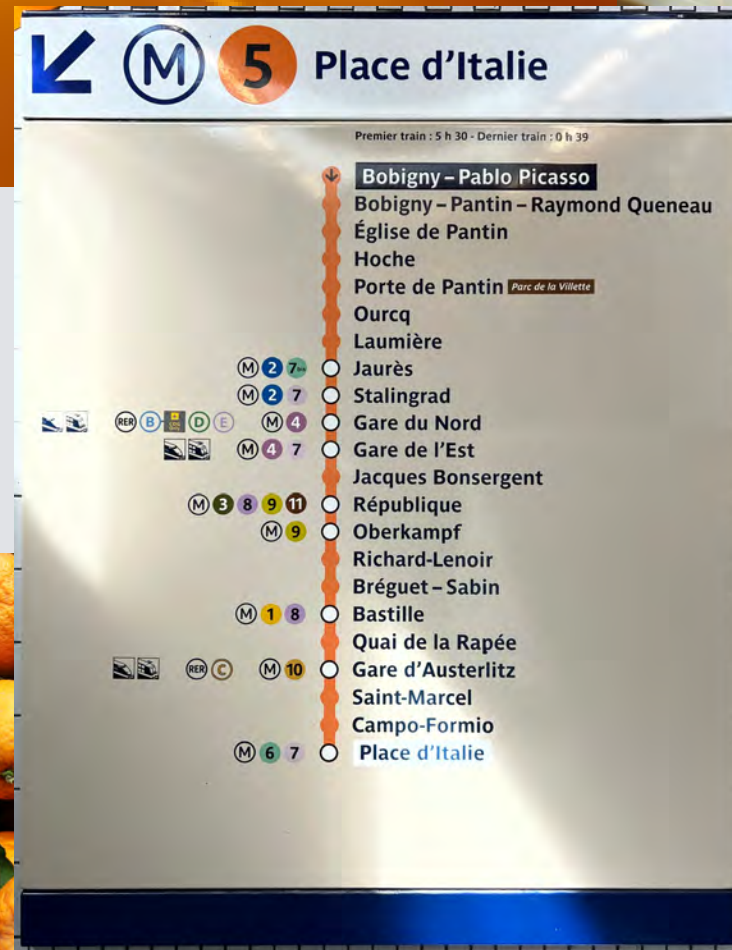


Nuit



Réseau

Dynamisme

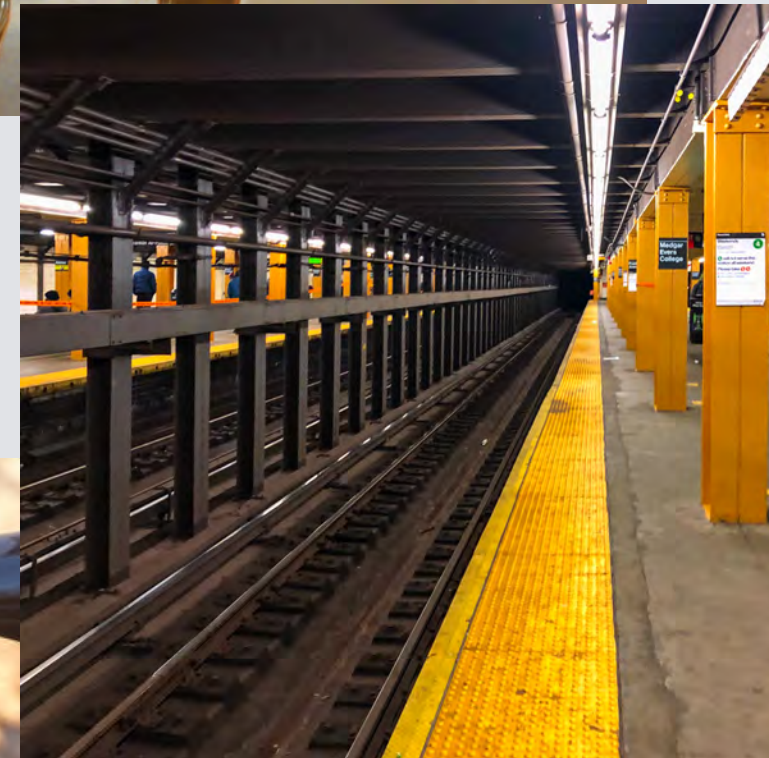


Route



CLICK HERE TO ZOOM

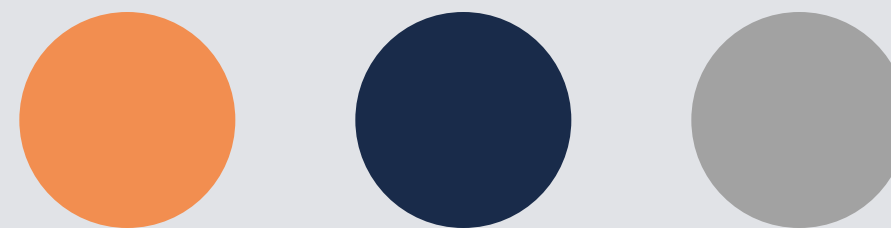
© Paris-Metro-Map.info



Sécurité



Transport



Naming

Pour trouver le nom Mobi je voulais un nom impactant et très court. Un nom qui peut donner plusieurs déclinaisons comme "tiktok" pour Tiktok ou "Twittos" pour Twitter.

En effet, cela renforcerait le sentiment d'appartenance à une communauté.

Le nom doit aussi faire référence immédiatement au rôle de l'application, de manière à ce qu'on comprenne immédiatement de quoi il s'agit.

Mobilité

Mouvement

Voyage

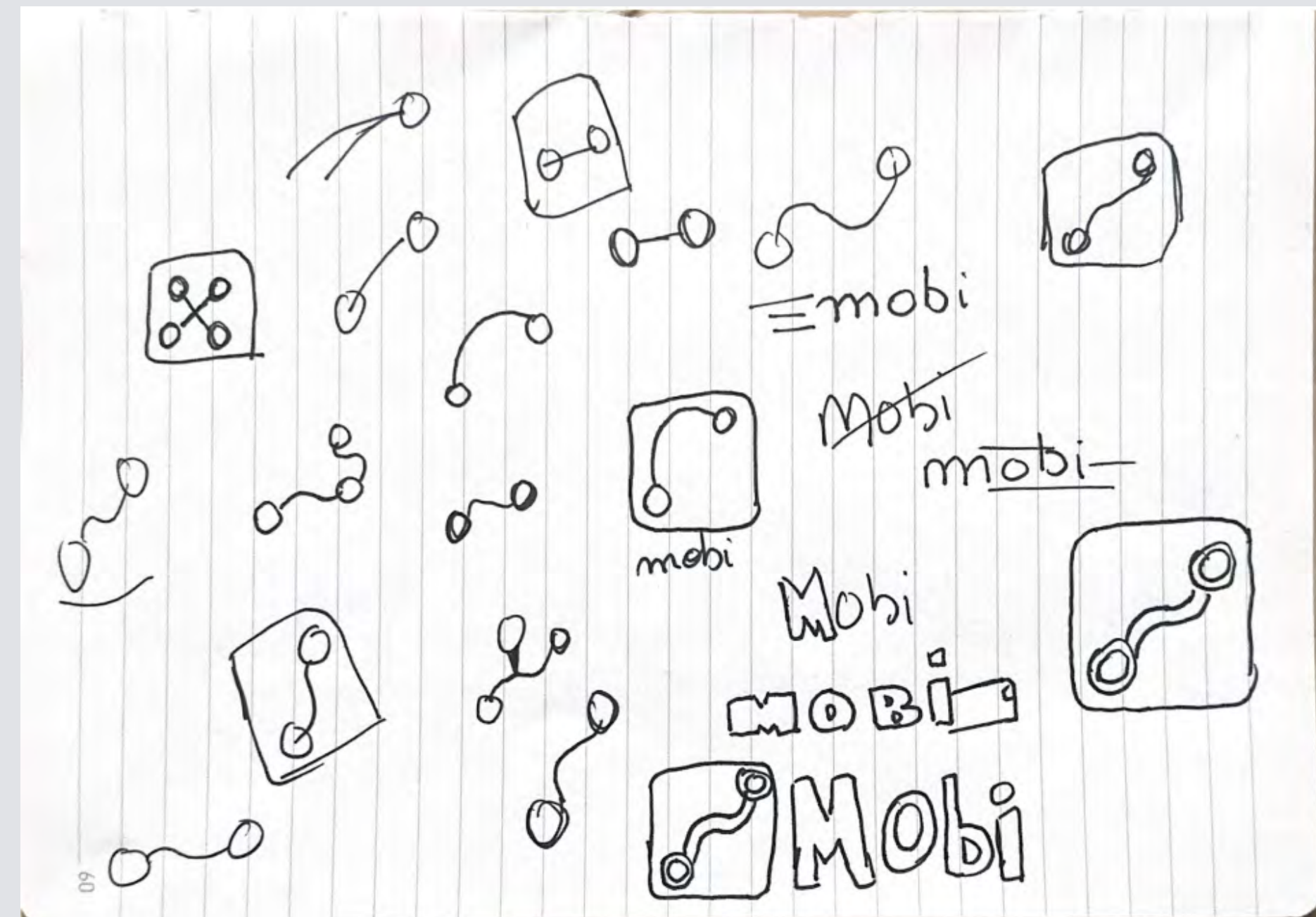
Les différents mots que j'ai utilisé comme base pour le nom de l'application

Brouillons

Pour la création du logo j'ai esquissé plusieurs brouillons.

Je voulais qu'on comprenne immédiatement depuis le logo que le but était le voyage. Donc pour cela je voulais qu'on puisse l'identifier avec un itinéraire partant d'un point A à un point B.

Aussi, je voulais qu'on puisse identifier ce logo pour qu'il puisse être finalement identifiable en tant qu'application.



Logotype



Après plusieurs essais voici les versions définitives du logo Mobi :

Deux versions sont proposés. La version principale ou les trois couleurs de l'applications sont présentes sur un fond plus sombre

La deuxième version, peut être utilisé sur les fonds plus clairs dans certains cas précis, avec seulement du bleu et du blanc. C'est aussi la version N&B.

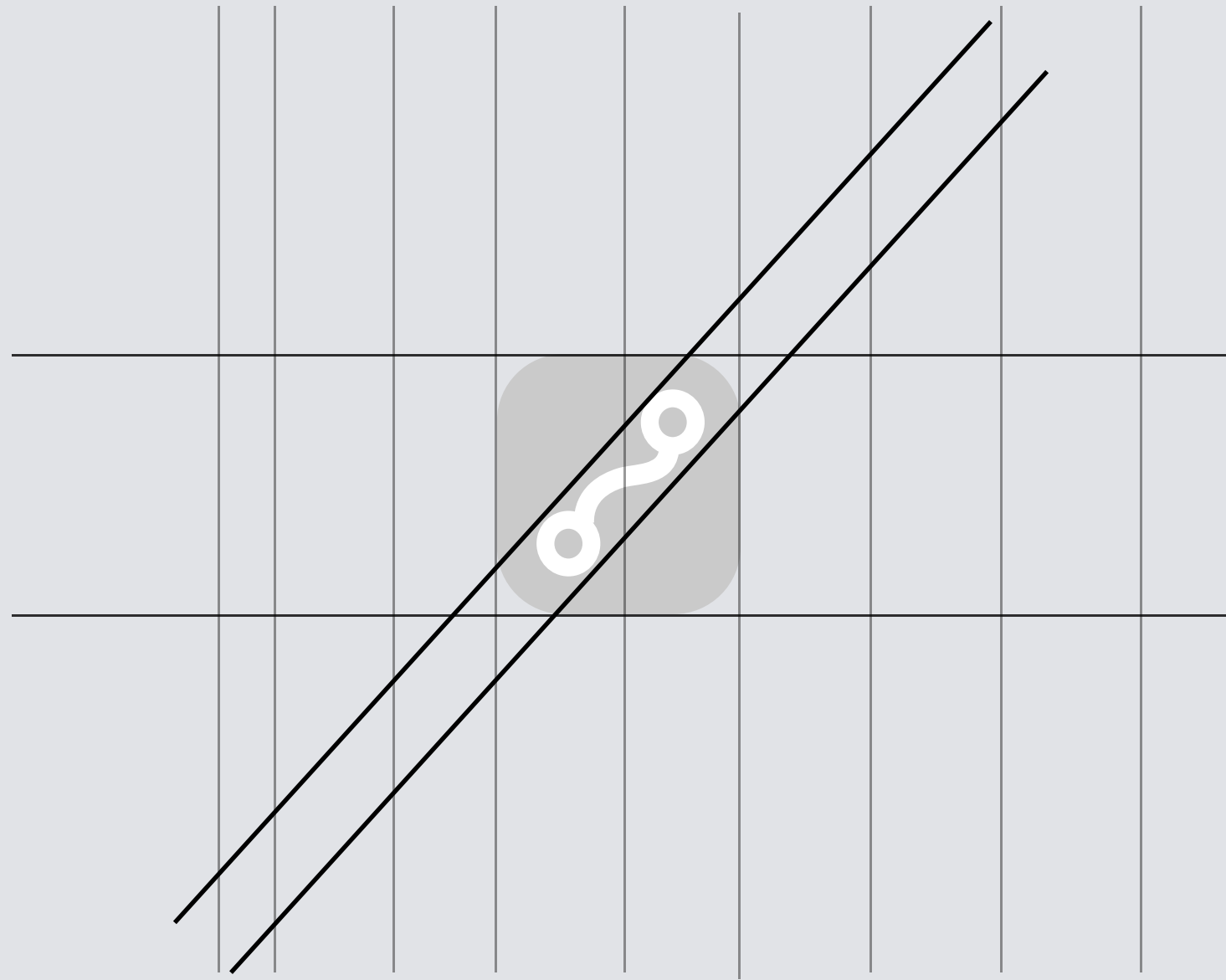
Icônes app



Nous proposons différentes icônes de l'application de manière à ce que l'utilisateur puisse le personnaliser à sa guise :

1. Une première icône, qui est l'icône par défaut. Aux couleurs principales de Mobi.
2. Une autre icône avec le logo en blanc. Sur un duo de blanc et bleu.
3. Une dernière icône plus "flashy" avec le orange et le bleu.

Conception du logo



mobi



Qarvic

Titres

Epuré. Dynamique.
Moderne. Raffiné.
Fluide.

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur. Gravida gravida nunc
posuere sapien interdum sapien.
Faucibus aliquam tellus enim sodales
in. Nullam mauris nulla venenatis
ultricies erat amet eleifend velit. Tortor
vestibulum quam vitae aliquam ante
viverra purus elit tincidunt.

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M |
| N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l | m |
| n | o | p | q | r | s | t | u | v | w | x | y | z |
| . | , | ? | ! | " | (| [| > | & | # | @ | / | * |
| + | - | = | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

Ubuntu


Corps de texte


Lorem ipsum dolor sit amet consectetur.
Gravida gravida nunc posuere sapien
interdum sapien. Faucibus aliquam tellus
enim sodales in. Nullam mauris nulla
venenatis ultricies erat amet eleifend
velit. Tortor vestibulum quam vitae
aliquam ante viverra purus elit tincidunt.

Epuré. Dynamique.
Moderne.
Raffiné.
Fluide.

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M |
| N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i | j | k | l | m |
| n | o | p | q | r | s | t | u | v | w | x | y | z |
| . | , | ? | ! | " | (| [| > | & | # | @ | / | * |
| + | - | = | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |

Couleur de la marque


 192B4A


 F28E50

 ECECEC

Couleur secondaires

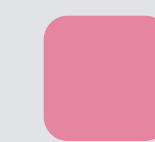
 EA285A

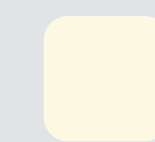
 001A84

 262626

Couleur sémantiques

 Succès

 Alerte

 Erreur

Illustrations vectorielles

Lors de la conception des icônes et des éléments d'interface pour Mobi, nous avons utilisé une combinaison d'outils pour garantir **un design épuré et cohérent**. Parmi ces outils, le Pathfinder a été essentiel pour créer des formes simples et nettes, en permettant de combiner, d'intersecter ou de soustraire des formes pour obtenir le résultat désiré.

La symétrie a également joué un rôle important dans la conception des icônes, en garantissant une uniformité visuelle et une esthétique équilibrée. En utilisant des lignes de symétrie, nous avons pu créer des icônes qui sont à la fois esthétiquement plaisantes et faciles à reconnaître.

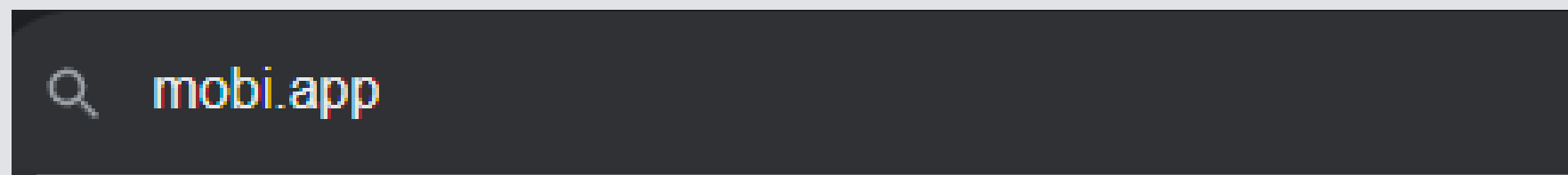
En ce qui concerne les couleurs, nous avons utilisé un nuancier restreint, en se concentrant principalement sur des tons de bleu et d'orange pour correspondre à l'identité visuelle de Mobi. Ce choix nous a permis de maintenir une cohérence visuelle dans toute l'application, tout en offrant une expérience utilisateur agréable et harmonieuse.

Pour Mobi, nous avons opté pour l'utilisation de vecteurs en flat design. Ce choix est motivé par notre volonté de créer une interface moderne, épurée et intuitive pour les utilisateurs. Les vecteurs en flat design se caractérisent par leur simplicité, leurs formes géométriques épurées et leurs couleurs vives, ce qui les rend parfaitement adaptés à notre application. En utilisant ce style graphique, nous visons à offrir une expérience utilisateur agréable et cohérente, tout en mettant en valeur les fonctionnalités clés de Mobi de manière claire et facilement reconnaissable.

Images traitées et utilisées

Les images utilisées dans Mobi sont principalement sélectionnées à partir de sites proposant des images libres de droits, garantissant ainsi une utilisation légale et éthique. Pour assurer une cohérence visuelle et répondre aux besoins spécifiques de l'application, nous avons effectué des retouches et des photomontages à l'aide d'outils tels qu'Illustrator et Photoshop. Cette approche nous permet d'obtenir des images personnalisées et de haute qualité, parfaitement adaptées à l'esthétique et au ton de Mobi, tout en respectant les droits d'auteur et les licences d'utilisation.

Choix nom de domaine



Le nom de domaine se porte sur Mobi.app En effet je voulais que l'extension de domaine fasse comprendre directement que le site renvoi vers le téléchargement de l'application.

Aussi, le but est de prendre un nom le plus court possible de manière à ce qu'en terme de référencement l'application soit facilement identifié.

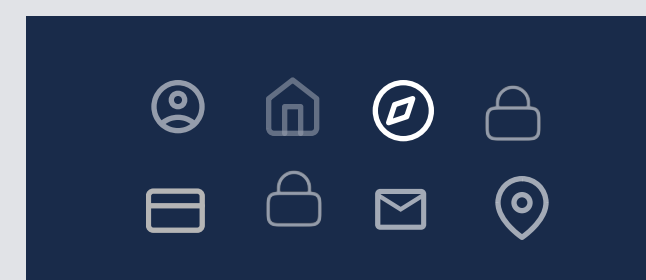
Choix du ton de communication

Le choix du ton de communication pour l'application Mobi est le tutoiement, une décision prise en vue de cibler principalement une clientèle entre 18 et 50 ans. Bien que les utilisateurs plus âgés ne soient pas exclus, cette approche vise à instaurer une proximité et un côté intimiste avec les utilisateurs, en utilisant un langage familier et accessible qui reflète une relation de confiance et de convivialité.

Choix iconographiques et illustrations

Pour Mobi, notre choix s'est porté sur des illustrations en flat design, caractérisées par leur simplicité et leur clarté. Ces icônes minimalistes présentent des formes géométriques épurées et des couleurs vives, offrant ainsi une identification rapide et intuitive des fonctionnalités de l'application. Parallèlement, les boutons d'appel à l'action sont définis avec des coins arrondis, avec un border-radius de 9, conférant à l'ensemble une esthétique moderne et conviviale.

Retrouve tes habitudes

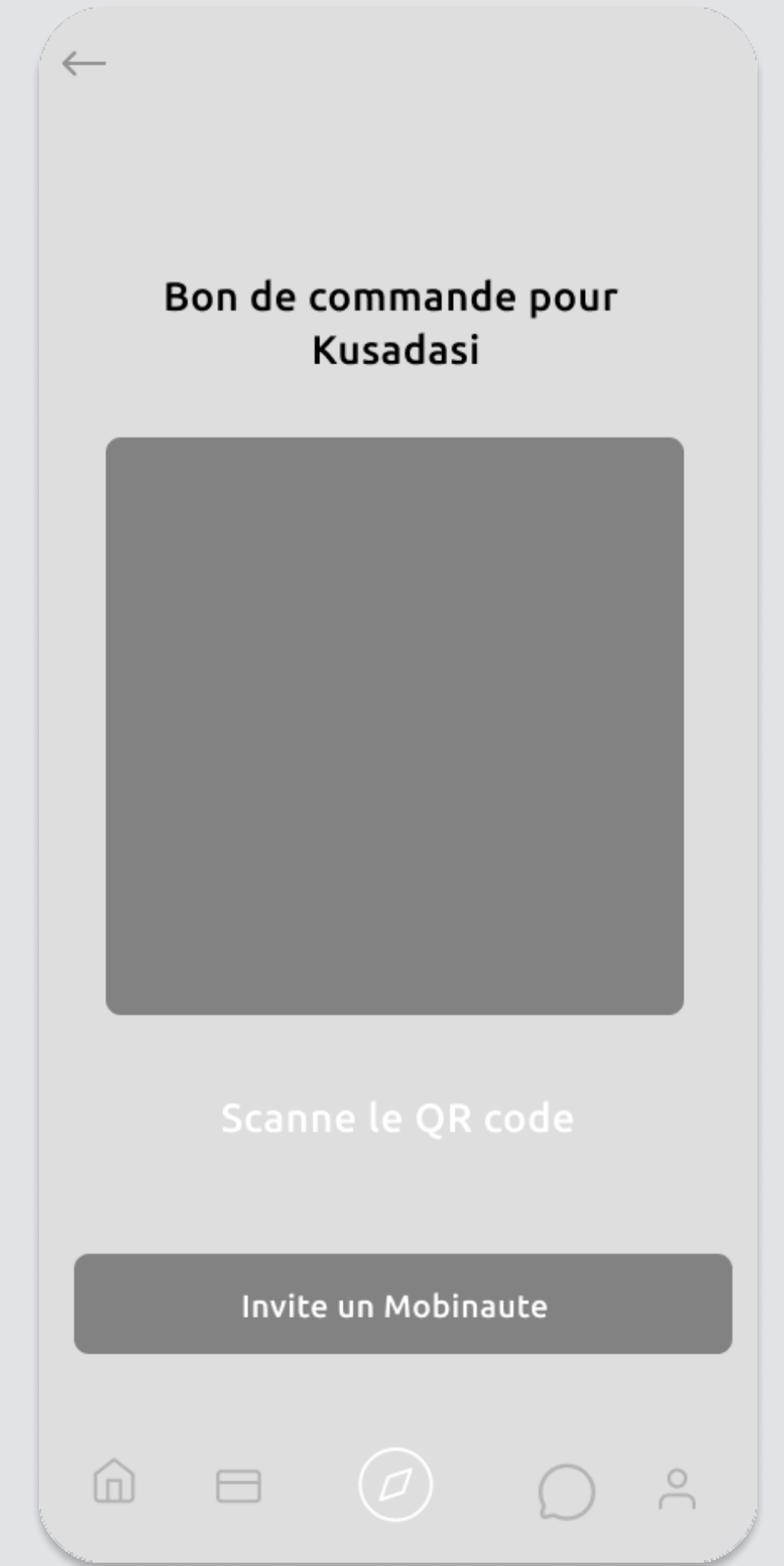
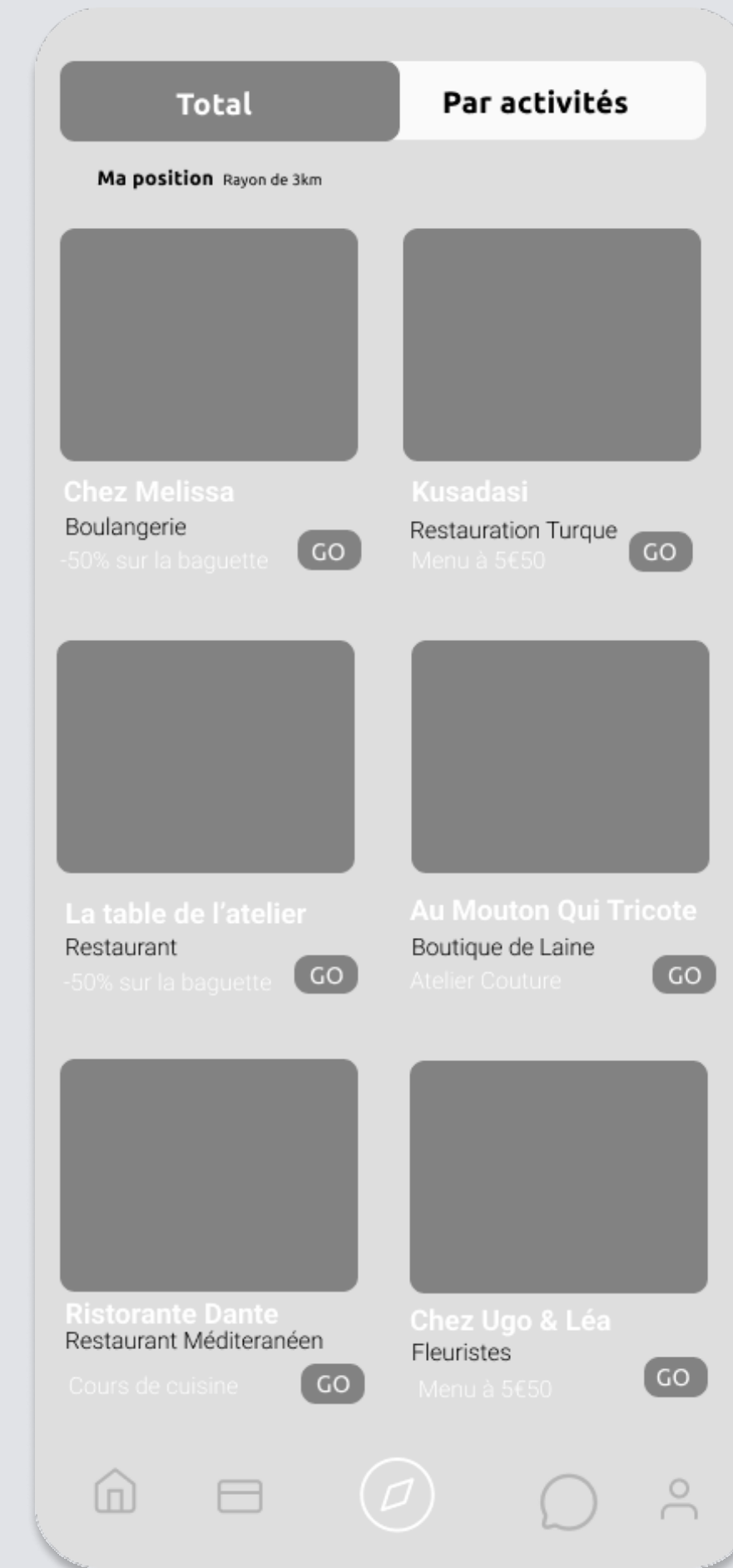
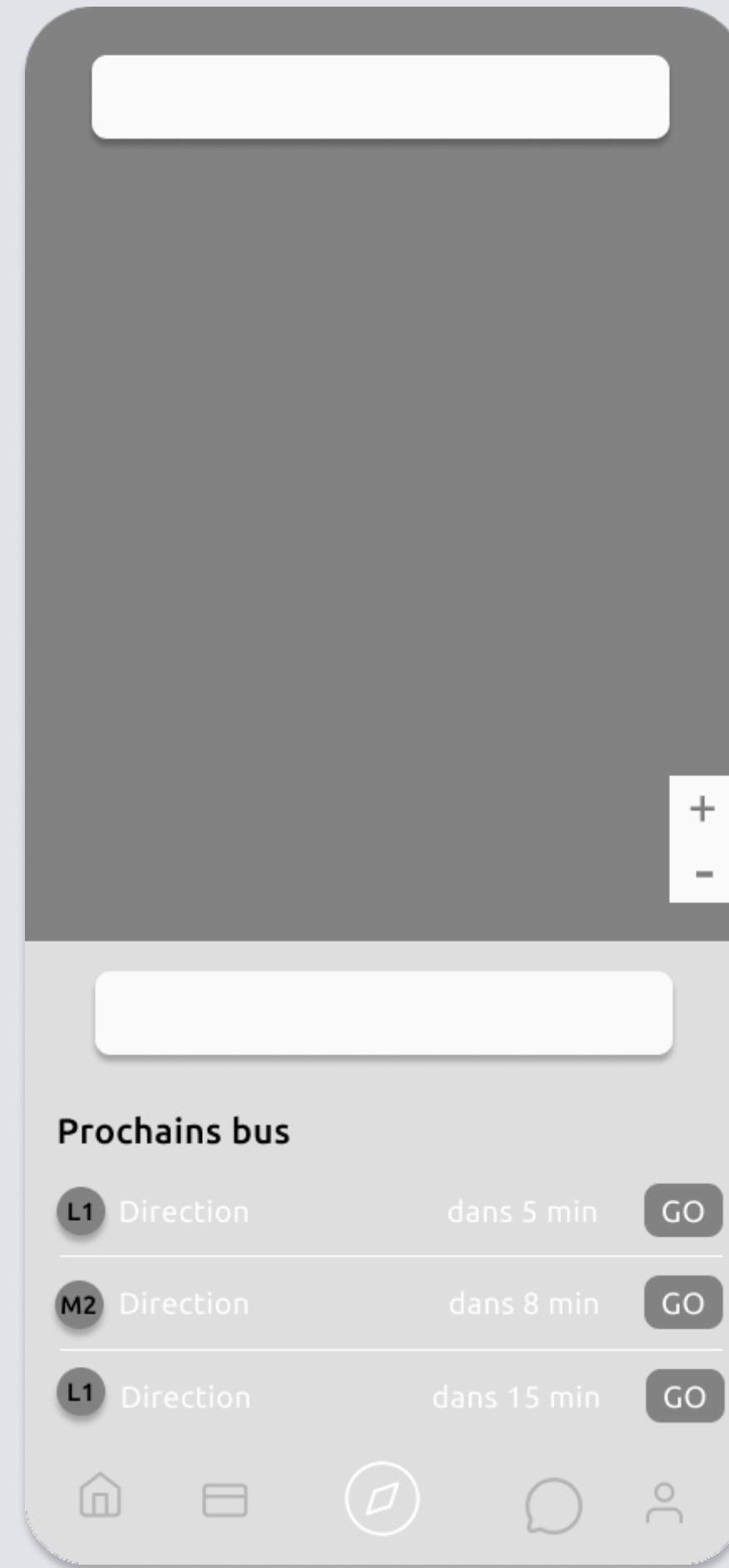


Au Mouton qui Tricote
Boutique de laine
Atelier Couture



04 Conception UI

Wireframes



Titre 1

Titre 1

Titre 1

Design System

Icons



Background



Homebar



CTA primary

Retrouve tes habitudes

CTA secondary

Rechercher un commerce

CTA GO

GO

GO

Choicebar

Total

Par activités

Bloc petite taille



La table de l'atelier

Restaurant

-50% sur la baguette

GO

Bloc grande taille



Au Mouton qui Tricote

Boutique de laine

Atelier Couture

GO

Searchbar

🏠 Trouve ta ville

Messages

Tu es enregistré

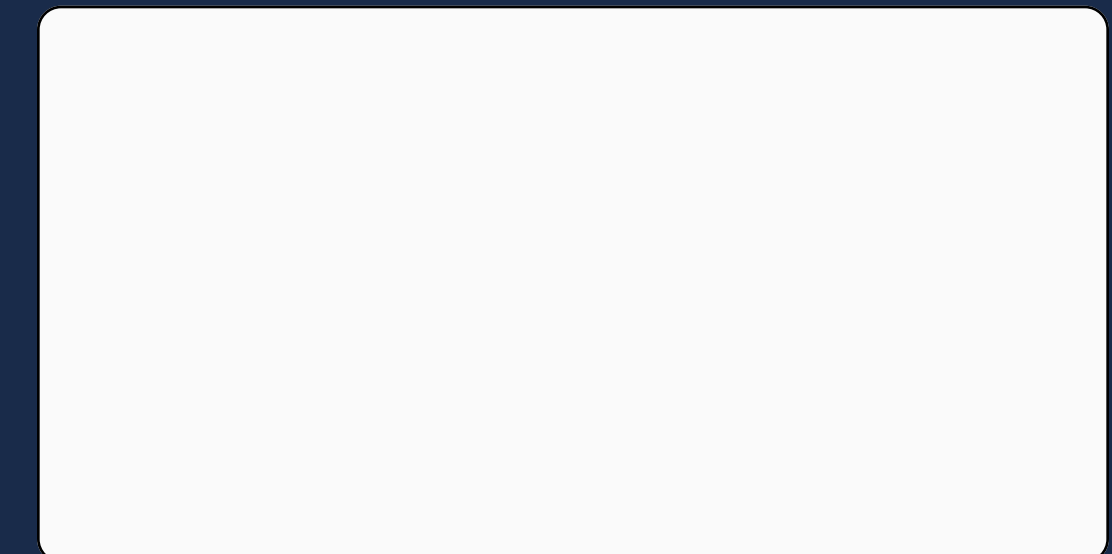
Paiement échoué

Mettez à jour vos informations

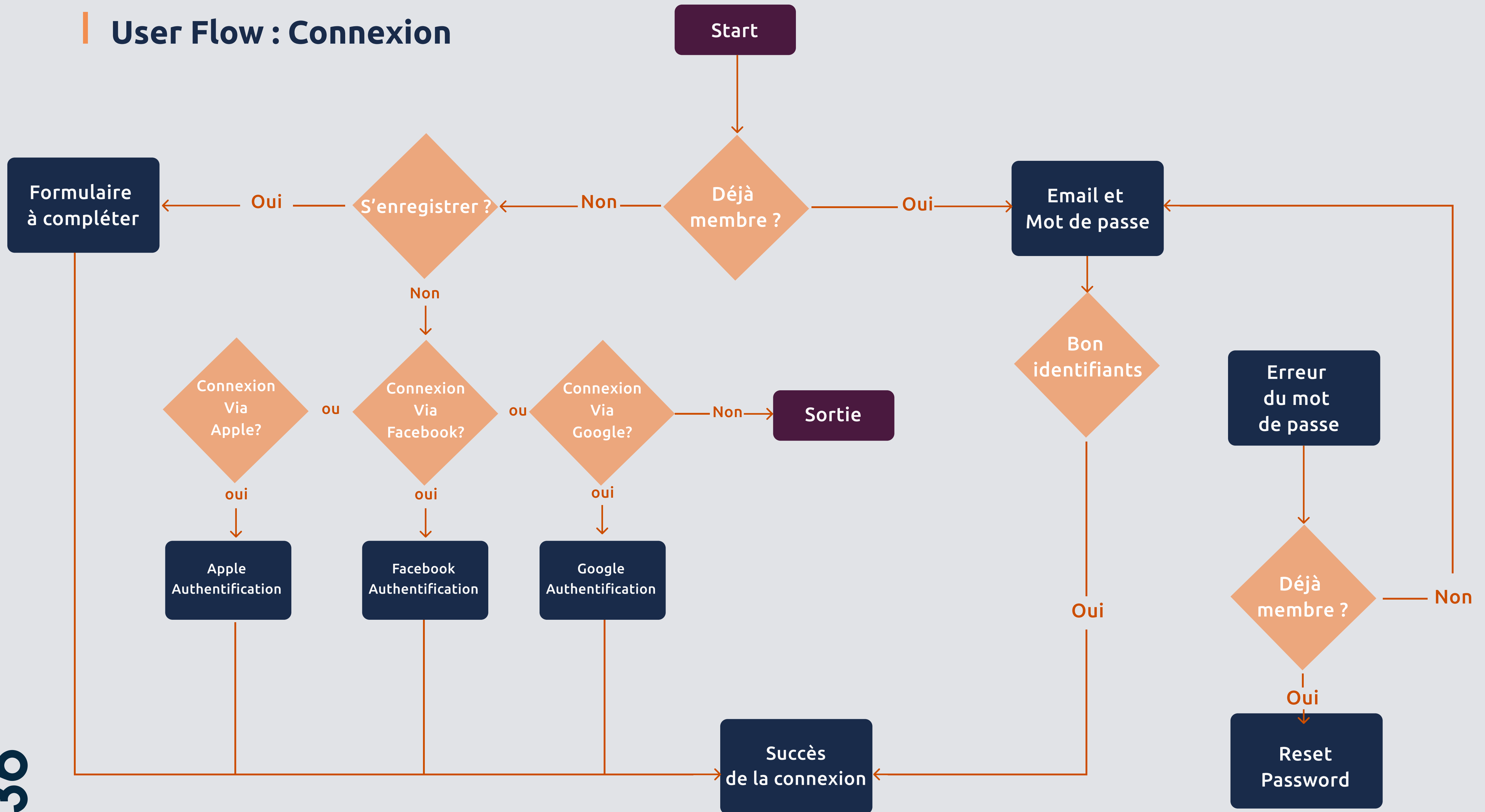
Photo de profil



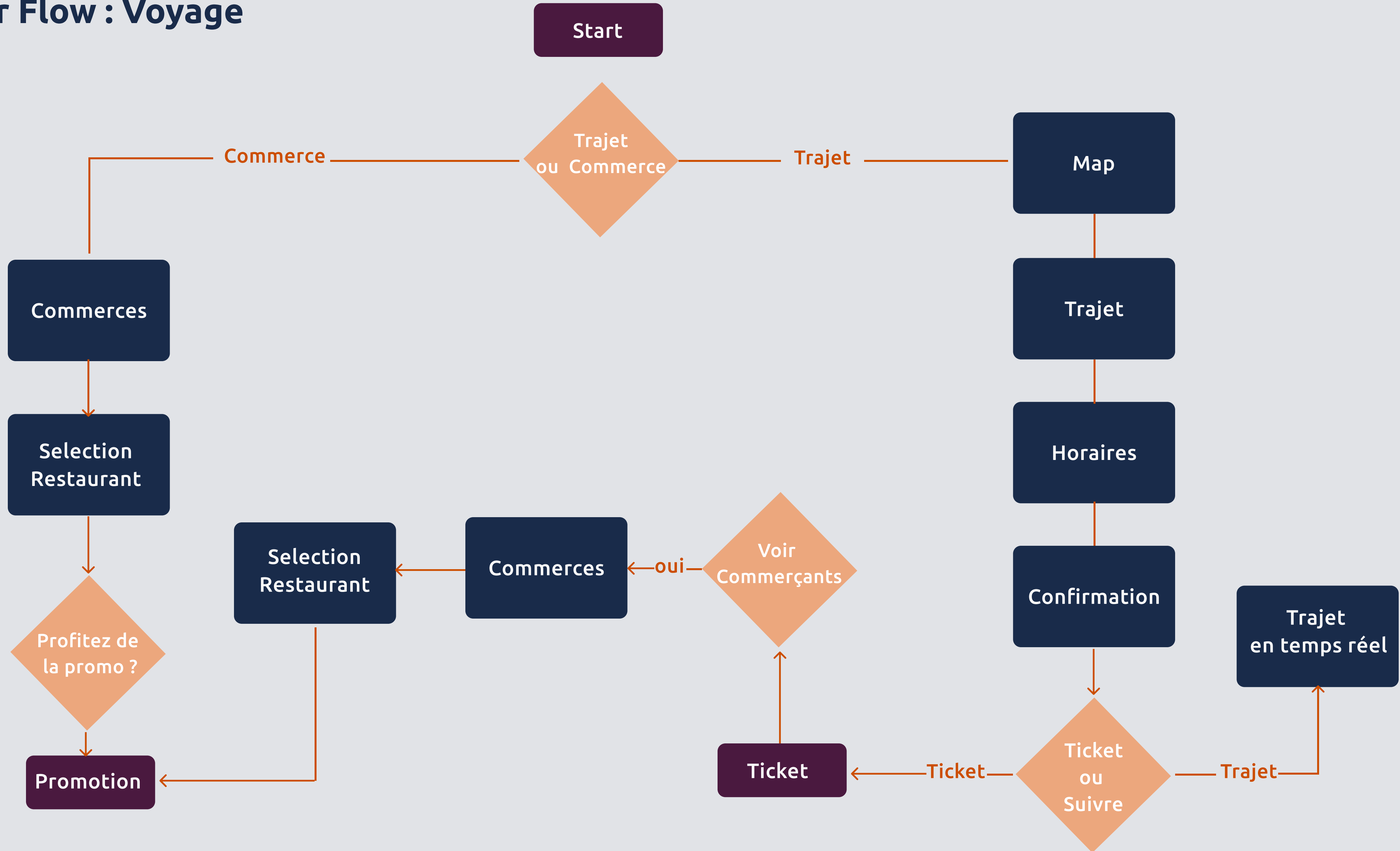
Chat



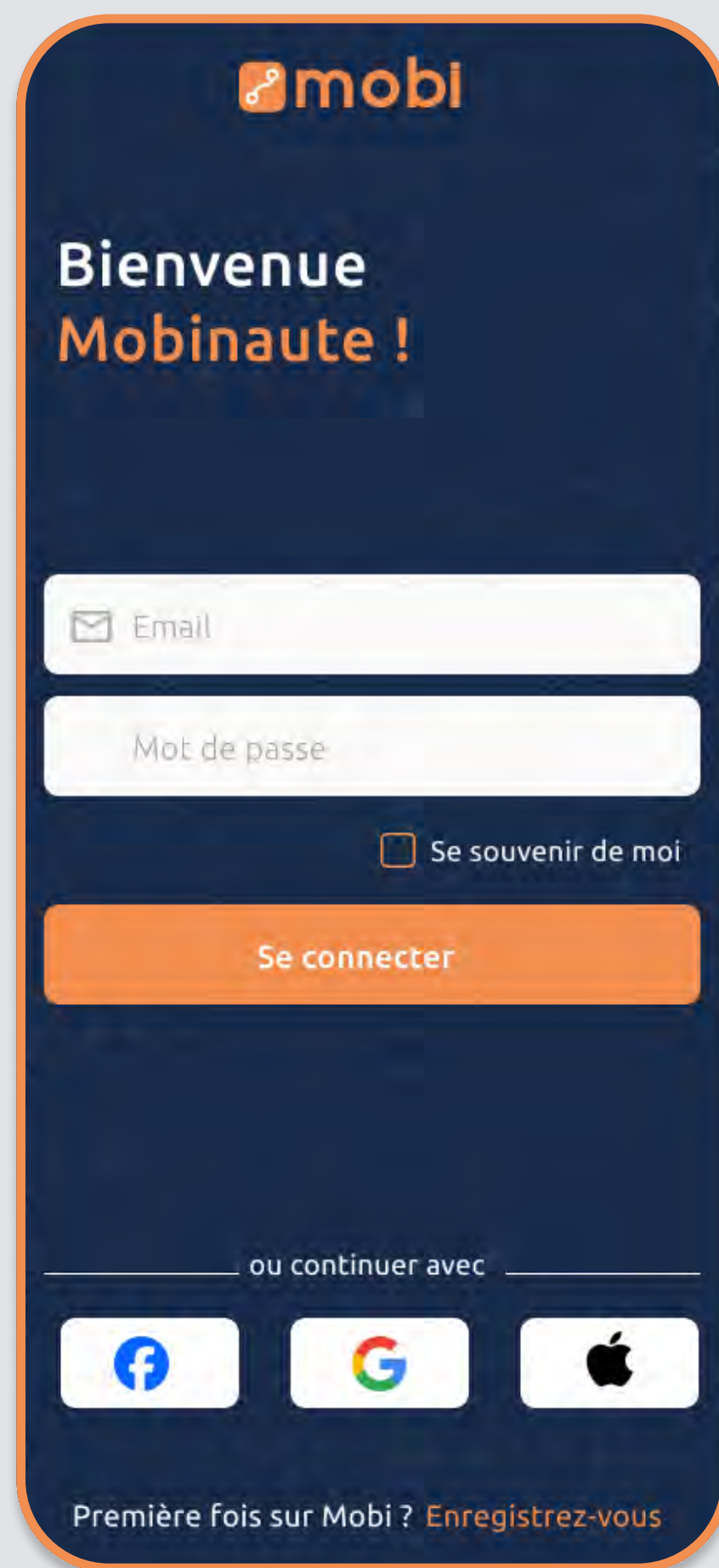
User Flow : Connexion



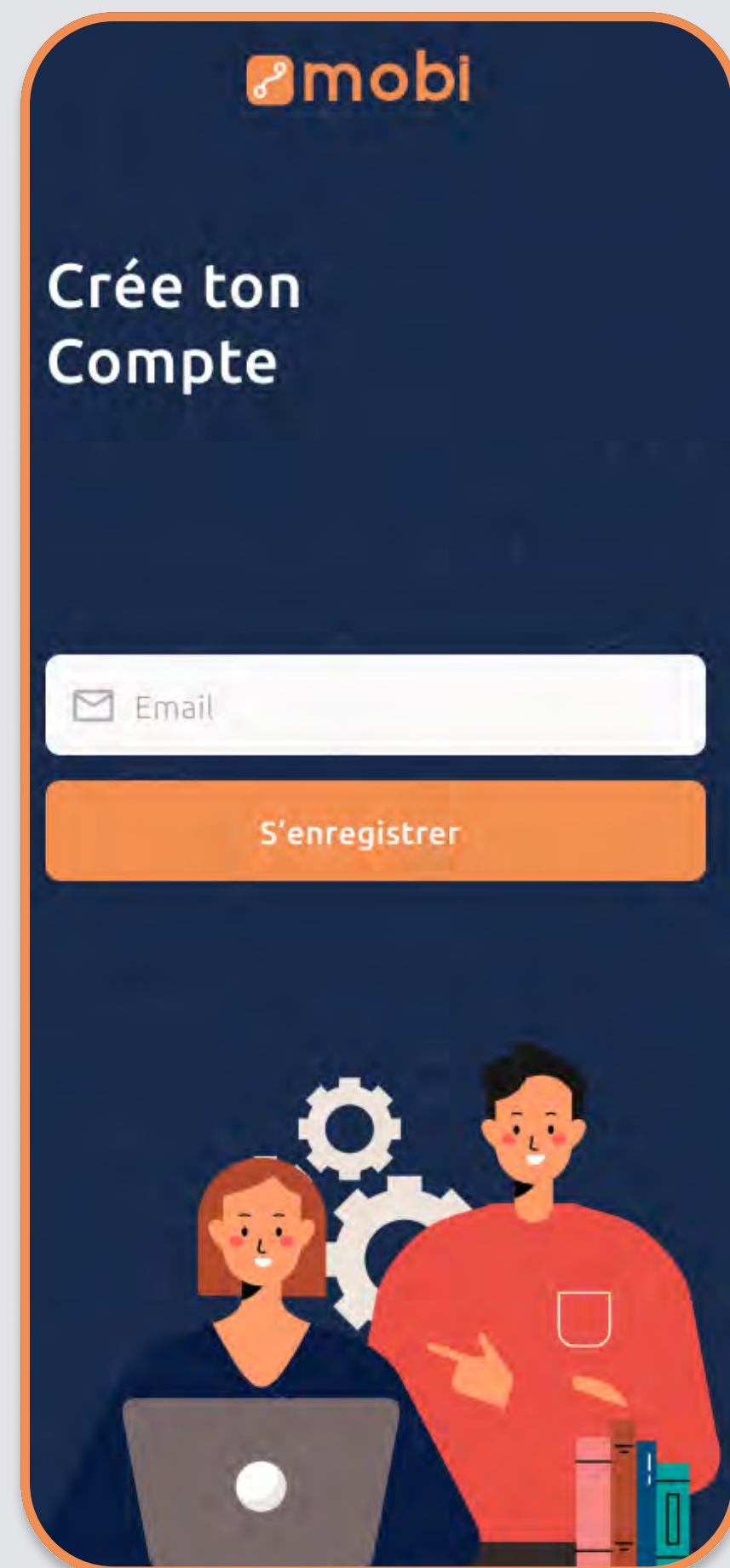
User Flow : Voyage



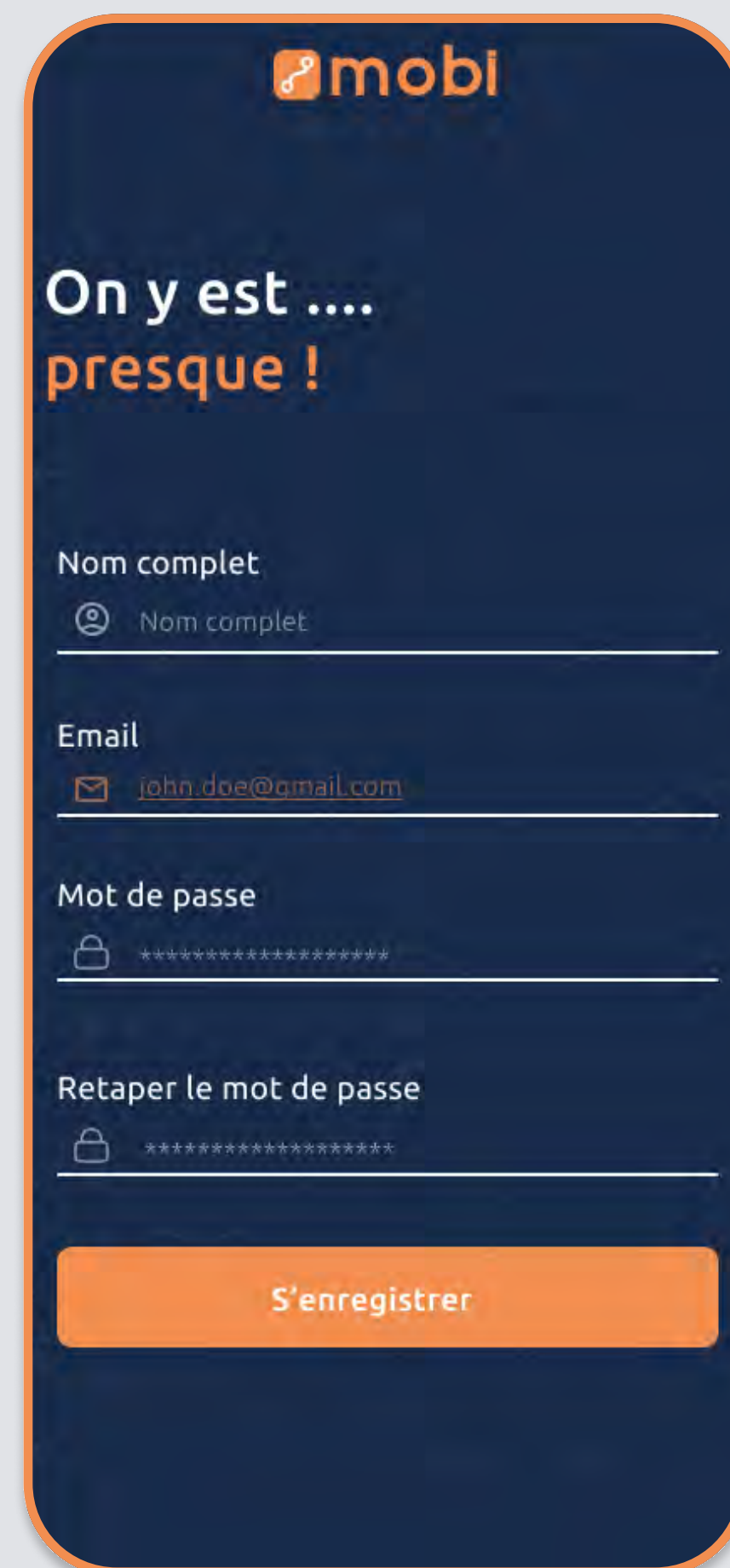
Maquettes Connexion



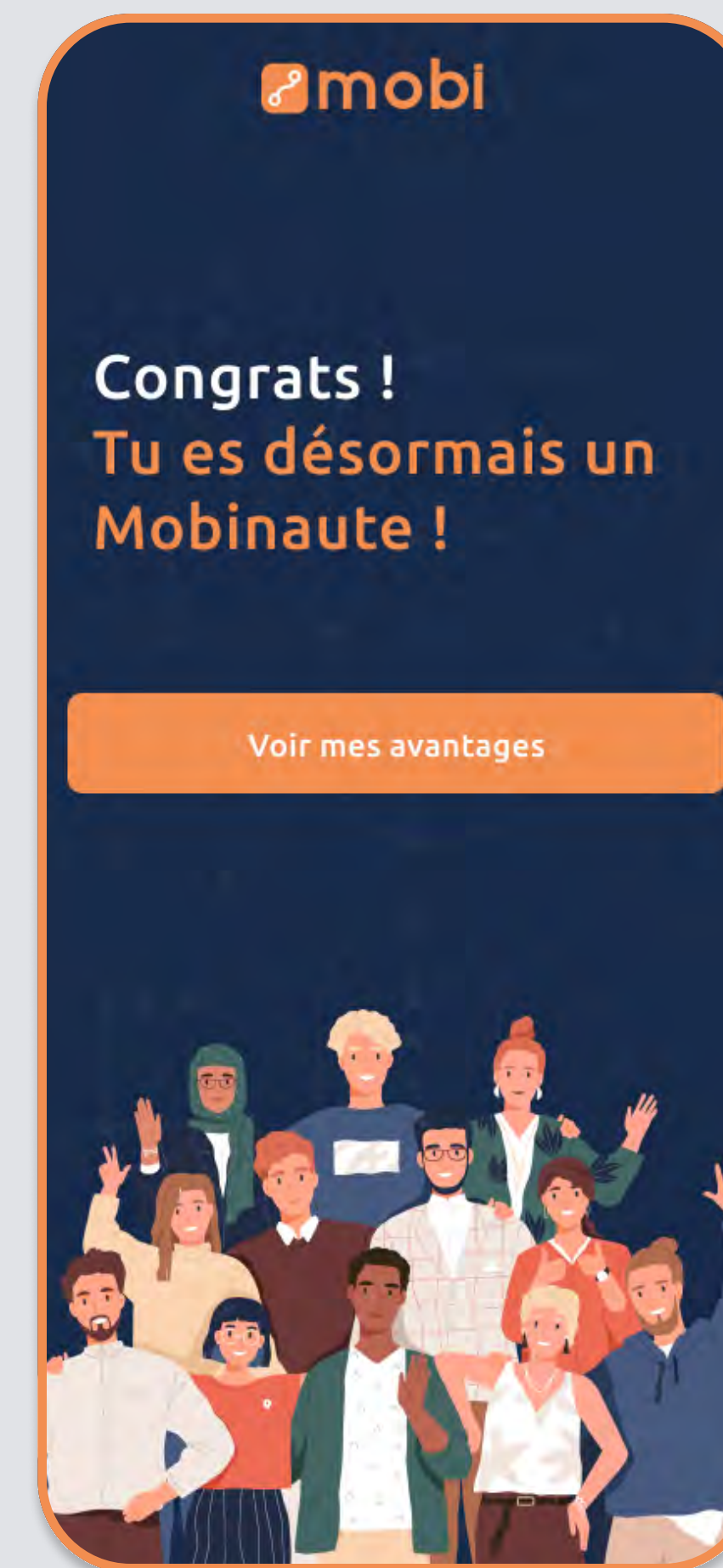
L'utilisateur peut se connecter directement avec ses identifiants ou bien via google, facebook et Apple.



S'il n'a pas de compte il peut directement en créer un en tant que nouvel utilisateur

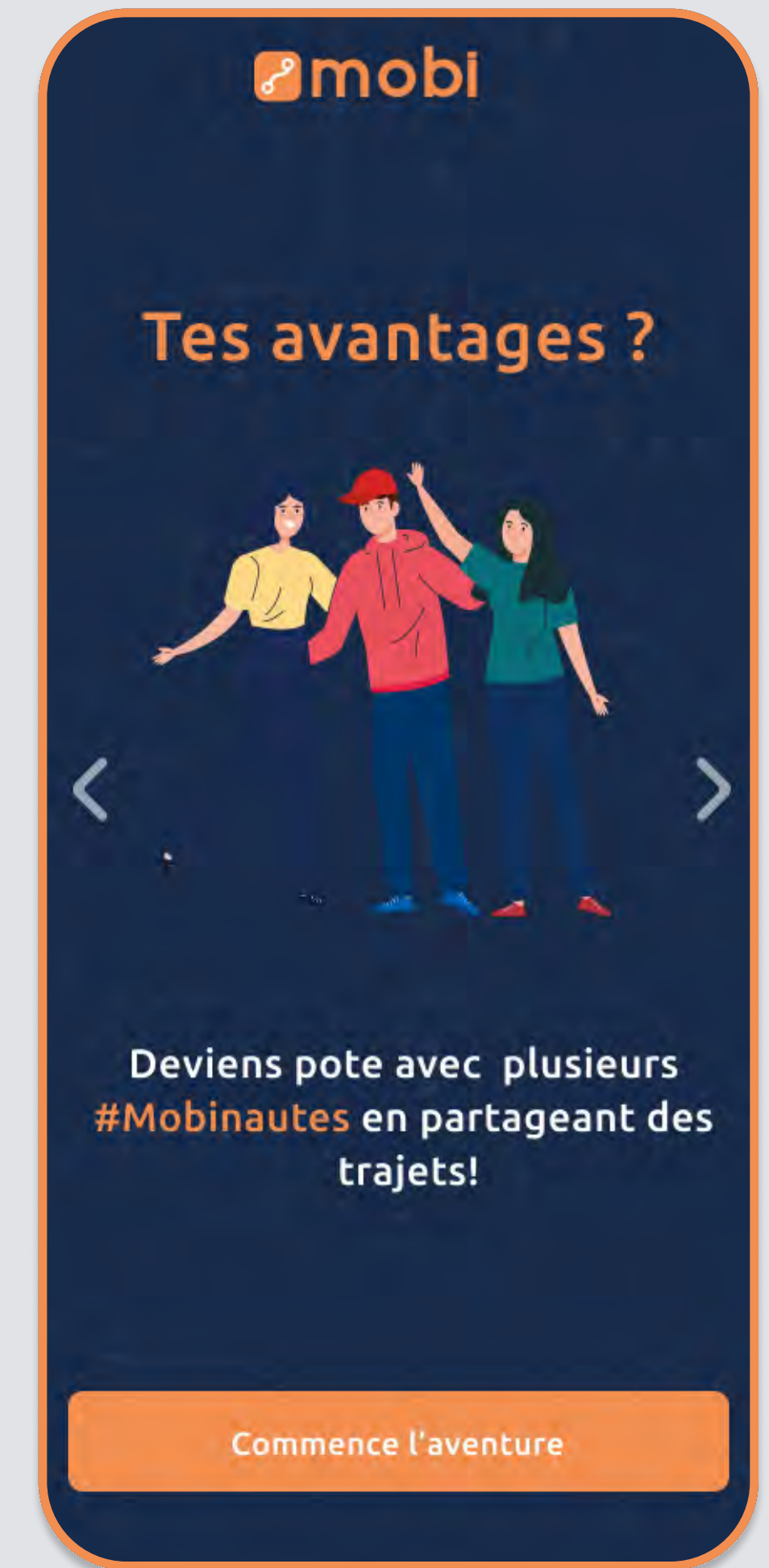
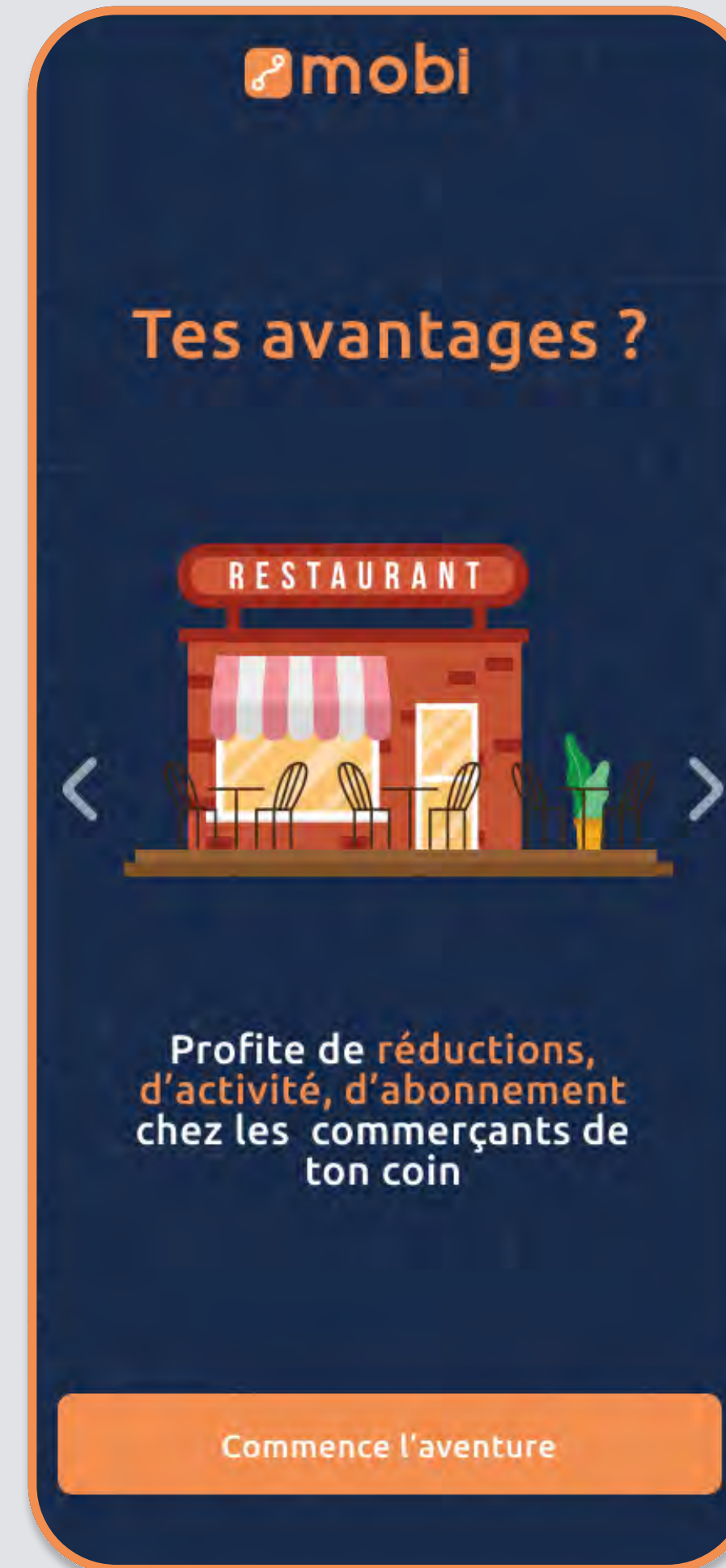


L'adresse email est alors déjà enregistrée à la création du compte, il doit compléter les informations restantes



Il reçoit un message de félicitation et un CTA qui l'invite à accéder à ses avantages

Maquettes Avantages



4 avantages sont énumérés lors de la première connexion avec le possibilité de skip directement cette étape avec le CTA "Commence l'aventure"

Maquettes Choix et Ville

Cette étape donne la possibilité de choisir entre prendre directement un trajet ou chercher un commerce. On rappelle néanmoins qu'il est possible en cherchant un trajet de retrouver un commerce

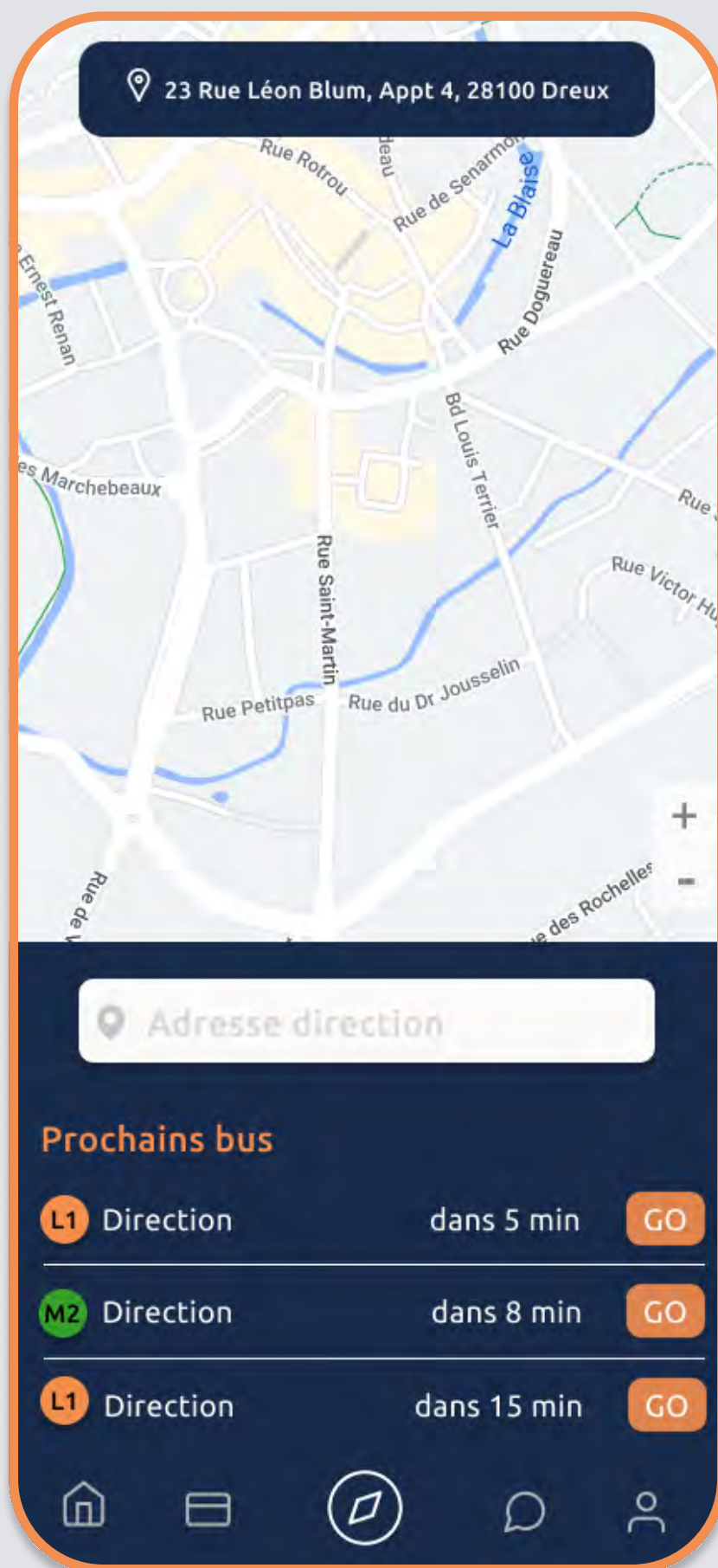


On explique à cette étape, qu'est ce que sont les villes partenaires, avec la possibilité d'envoyer le nom de sa ville auprès de MObi.

Ensuite, il y a la possibilité de trouver sa ville parmi une liste de partenaire ou d'activer directement sa géolocalisation

Même si la ville n'est pas partenaire, il est possible d'avoir accès aux horaires, sans les réductions en centre ville.

Maquettes Trajet et Horaires

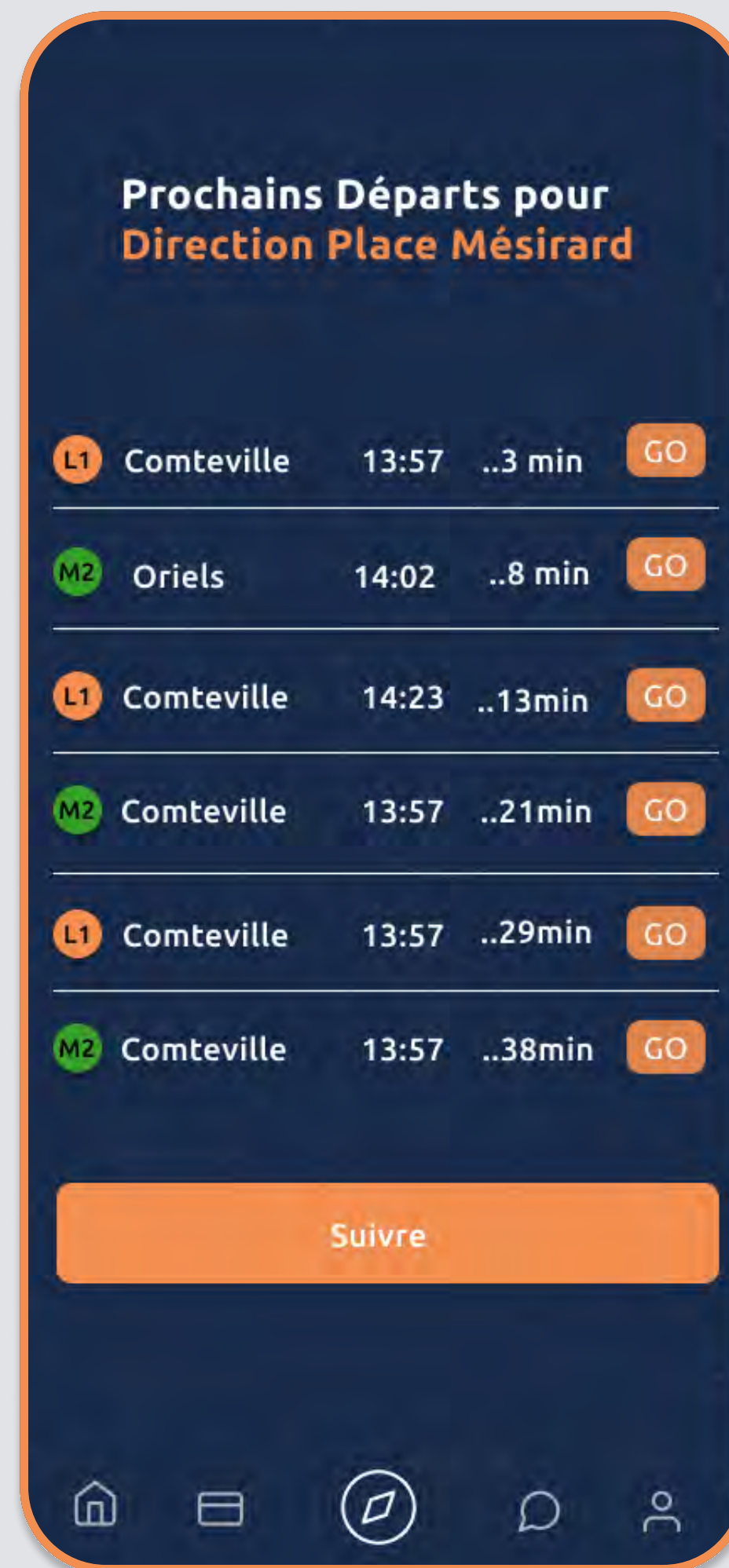


Ici, l'utilisateur a activé sa géolocalisation. Il peut alors taper l'adresse souhaitée. Aussi, il peut visualiser à son adresse les prochains départs.

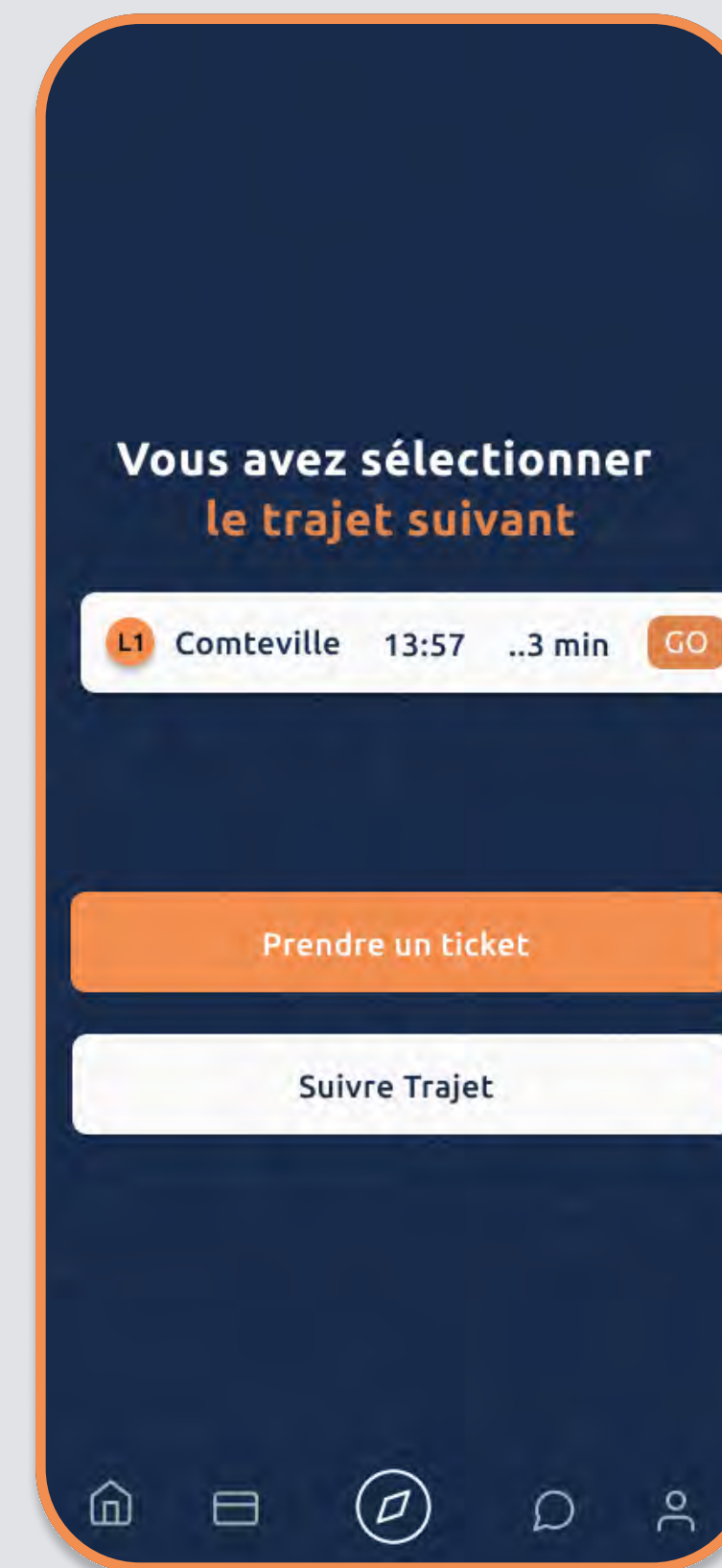


L'utilisateur a la possibilité de taper son trajet aller retour en sélectionnant la date.

Aussi il a accès aux prix des abonnements de sa ville avec la réduction Mobi.



Après avoir sélectionné un trajet, on demande à l'utilisateur de confirmer quel horaire souhaite-t-il.



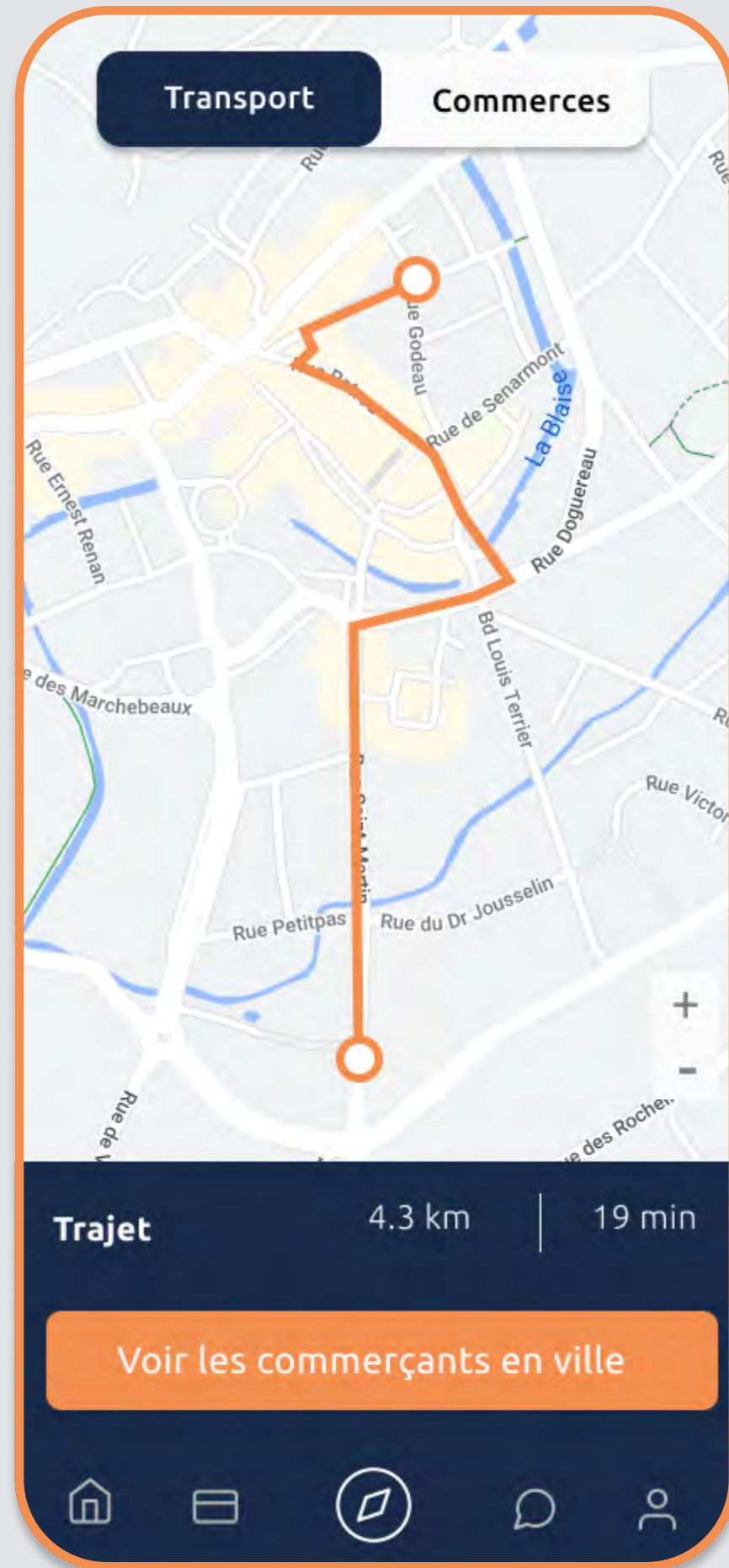
Confirmation du trajet avec deux possibilités, soit de prendre un ticket directement ou soit de suivre un trajet en GPS.



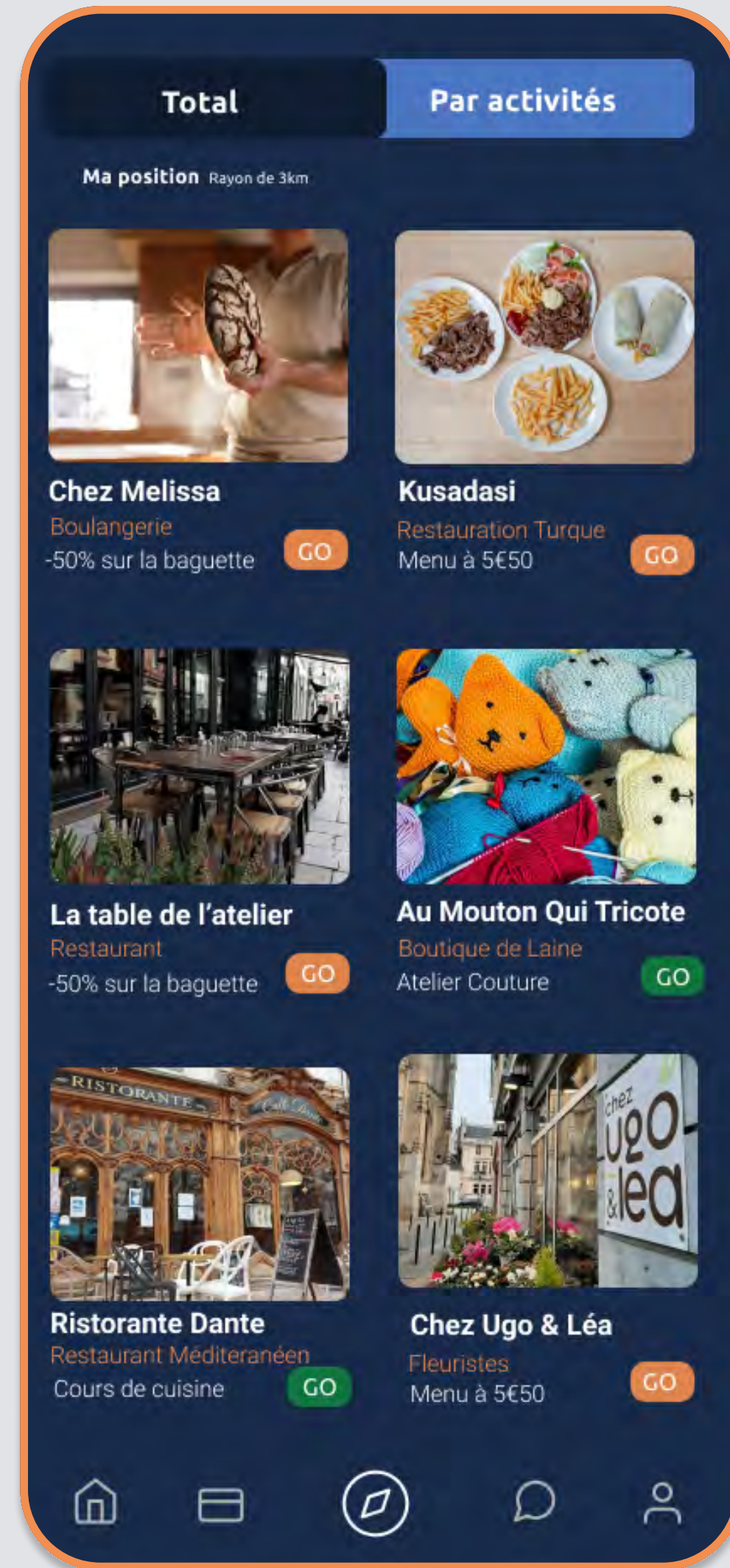
Validation du ticket avec qr code et informations.

CTA invitant à découvrir les commerçants du centre ville

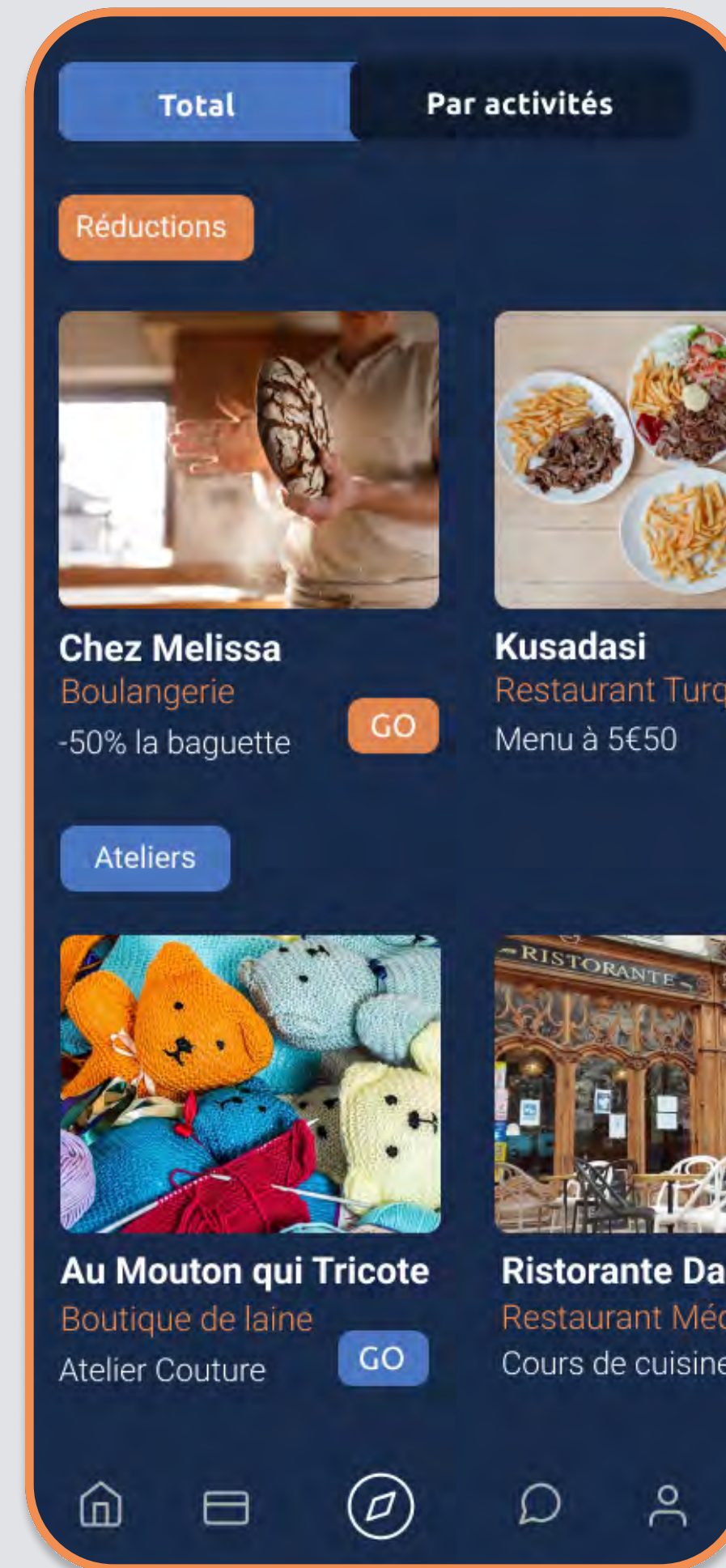
Maquettes Commerçants



Résultat choix numéro 2, activation de suivi du trajet en gps.



Vue numéro 1 des commerçants toutes catégories confondues.



Vue numéro 2 des commerçants catégories triés par genre.



Confirmation d'un restaurant avec possibilité d'activer la promotion.

Maquettes QR Code et Amis



QR Code à scanner auprès du commerçant.

CTA pour inviter un Mobinaute. Features en cours

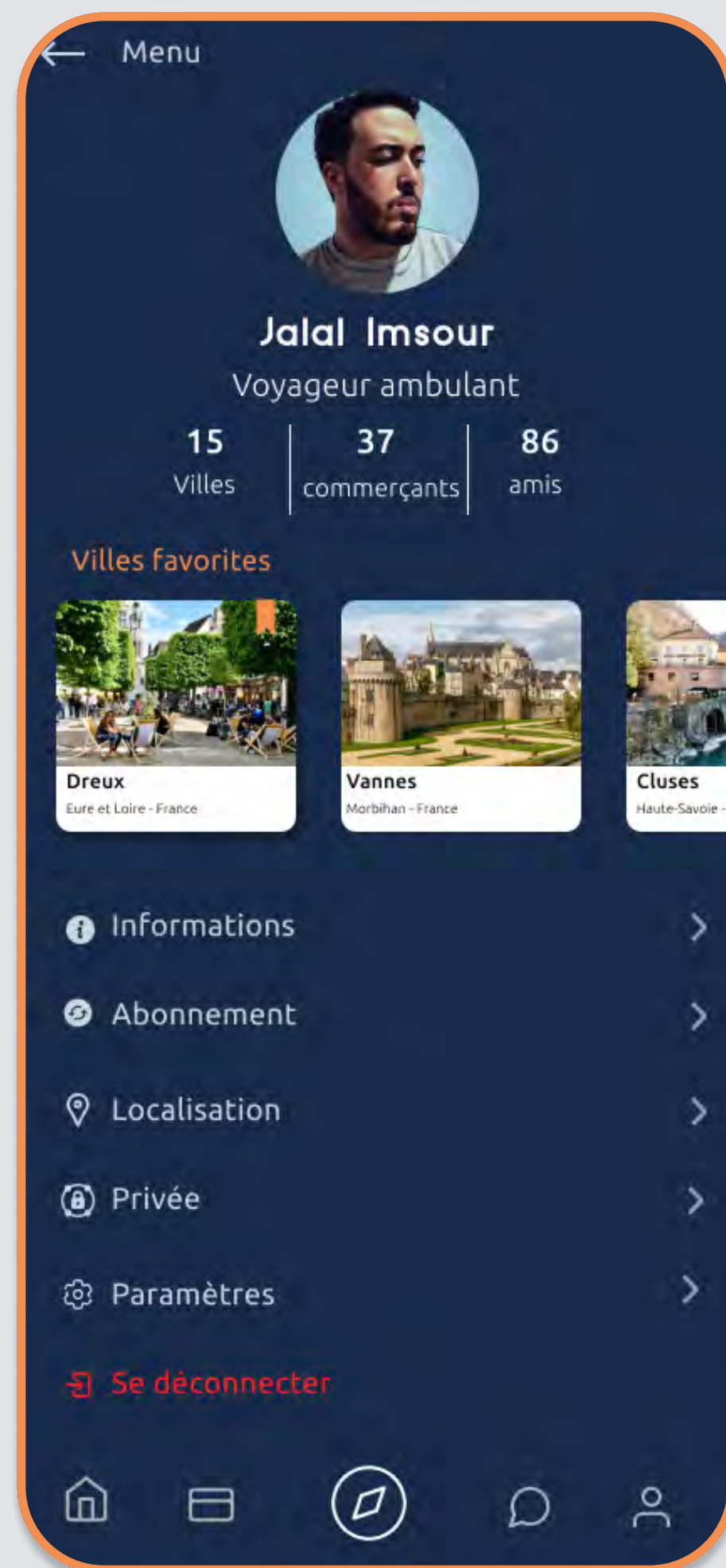


Liste de conversations avec disponibilités des amis et état en ligne ou déconnecté.



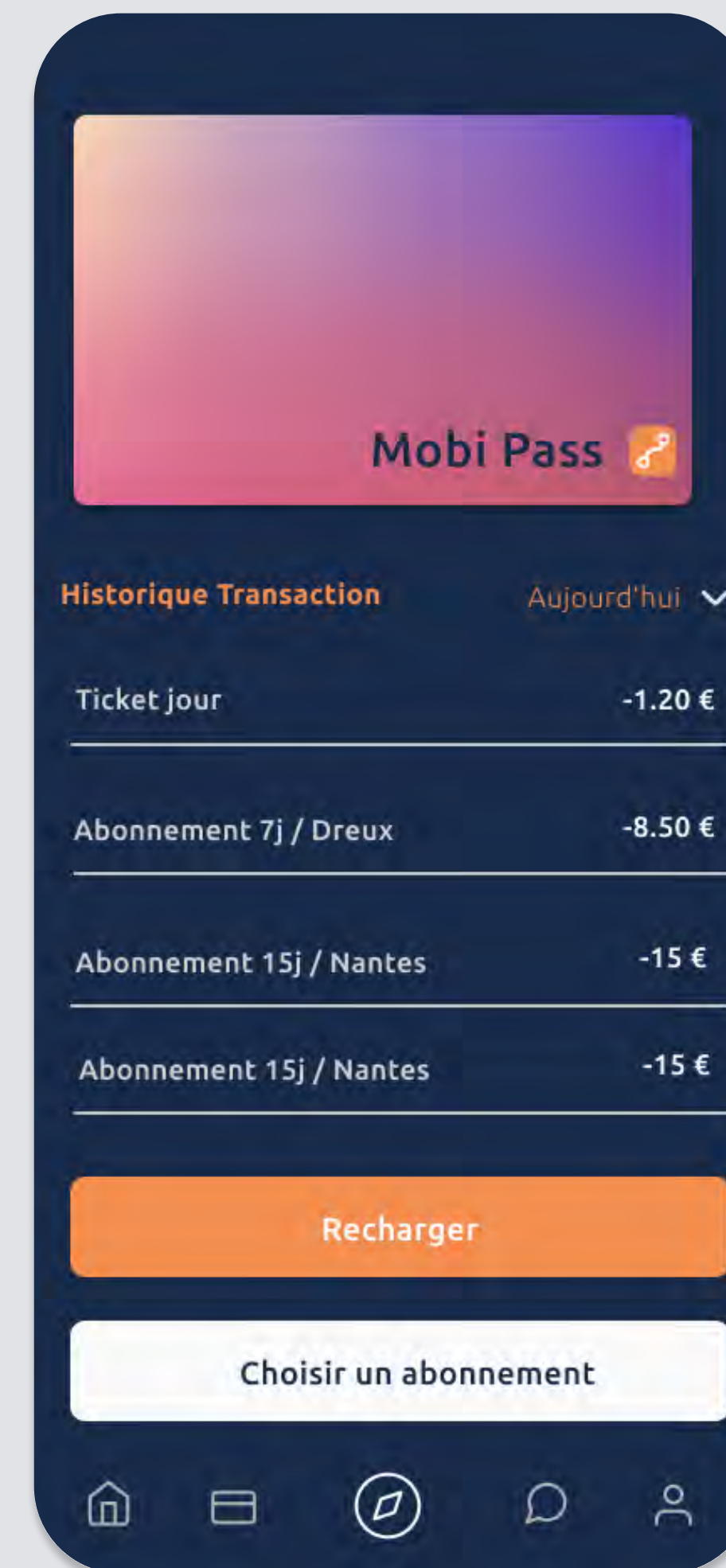
Conversation avec un ami Mobinaute.

Maquettes Info Compte et Recharge



Vue sur profil avec statut de voyageur, informations des villes, commerces et amis.

Possibilité d'accéder à ses informations et se déconnecter



Historique des transactions de la carte Mobi Pass avec possibilité de recharger ou de choisir un autre abonnement

| Vidéo d'animation



- 1 La vidéo d'animation montre le logo dans un premier temps, faisant comprendre l'importance du trajet.
- 2 Le nom de l'application apparaît doucement au côté du logo avec un M majuscule
- 3 La tagline "Voyager Intelligent" avec le point d'exclamation apparaît en bas du logo
- 4 Vue d'ensemble avec le logo et la tagline

Résultat

<https://www.youtube.com/watch?v=AKxtbjWeTrk>

05 Stratégie Marketing

Définition

Taux de conversion des téléchargements :

20% des visiteurs de la page de téléchargement téléchargent l'application.

Taux de satisfaction des utilisateurs :

Score de satisfaction moyen de **4,2/5** basé sur les évaluations des utilisateurs.

Taux de fidélisation des utilisateurs :

50% des utilisateurs inactifs reviennent utiliser l'application après une période d'un mois.

Taux d'utilisation mensuel :

60% des utilisateurs enregistrés sont actifs chaque mois.

Taux d'engagement des notifications :

25% des utilisateurs interagissent avec les notifications push.

Méthodologie

Objectif

“Mettre en lumière les commerçants délaissés des centres-villes désertifiés, humaniser leur situation et inciter les utilisateurs de Mobi à les soutenir.”

Méthodologie

Identification des Commerçants : Travailler en étroite collaboration avec les associations de commerçants locaux pour identifier les commerçants les plus touchés par la désertification des centres-villes dans les villes ciblées pour la campagne publicitaire.

Donner un Nom et un Visage : Choisir 5 à 6 commerçants emblématiques de chaque ville participante et leur donner une identité visuelle. Leur attribuer un nom et un prénom, et les photographier dans leur établissement avec une expression qui reflète la tristesse de leur situation.

Campagne de Sensibilisation : Créer des visuels impactants mettant en avant chaque commerçant avec leur nom et leur prénom, ainsi que le nom de leur ville. Utiliser des légendes émouvantes pour raconter leur histoire et leur lien avec la communauté locale.

Diffusion sur les Réseaux Sociaux : Utiliser les plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) pour diffuser ces visuels dans les villes participantes. Utiliser des hashtags pertinents comme #SoutienAuxCommerçants ou #CentresVilleVivants pour amplifier la portée de la campagne.

| Stratégie de campagne

La stratégie de campagne pour le lancement de l'application Mobi sera structurée en plusieurs étapes, **visant à maximiser la visibilité et à atteindre efficacement notre public cible**. Dans un premier temps, nous nous concentrerons sur **une promotion ciblée dans les zones d'activités commerciales (ZAC)**, où nous afficherons des publicités sur les panneaux des parkings et autres supports visibles. Cette approche nous permettra de toucher les personnes déjà présentes dans ces zones, qui pourraient être intéressées par **une solution de mobilité urbaine** comme Mobi.

De plus, nous prévoyons de cibler **les utilisateurs de transports en commun** en affichant des publicités dans les véhicules et les stations, leur offrant ainsi une solution pratique pour **améliorer leur expérience de déplacement**. Cette stratégie vise à atteindre les personnes qui sont déjà sensibilisées à l'utilisation des transports en commun et qui pourraient être réceptives à une application comme Mobi pour **faciliter leurs trajets**.

En parallèle, nous mettrons en œuvre **une stratégie de référencement local sur Google** afin d'assurer une présence en ligne forte dans les régions où l'application est disponible. Cela nous permettra **d'atteindre les utilisateurs potentiels** lorsqu'ils recherchent des solutions de mobilité dans leur région, renforçant ainsi notre visibilité et notre accessibilité pour notre public cible local.

En combinant ces différentes approches promotionnelles, nous visons à créer une campagne de lancement dynamique et efficace qui permettra à Mobi de se positionner comme une solution incontournable pour une mobilité urbaine pratique et durable.

En complément de **notre stratégie de lancement**, nous prévoyons de développer des partenariats avec les commerçants locaux afin de renforcer l'utilisation de Mobi dans la vie quotidienne des utilisateurs. Nous mettrons en place un programme **"Mobi Friendly"** où les commerçants participants afficheront **des stickers "Mobi Friendly"** pour signaler qu'ils sont partenaires de notre application. Cela permettra aux utilisateurs de bénéficier d'avantages ou de réductions spéciales lorsqu'ils utilisent Mobi pour se rendre dans ces établissements.

De plus, nous établirons des partenariats avec les villes pour promouvoir Mobi à travers **des magazines locaux ou des publications municipales**. Ces partenariats nous permettront d'atteindre un public plus large et de sensibiliser les résidents aux avantages de notre application pour une mobilité urbaine simplifiée.

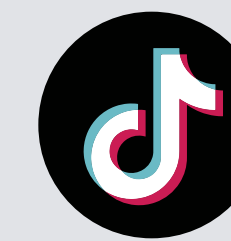
| Tagline

Voyager Intelligent !

La tagline "Voyager intelligent" de Mobi incarne notre engagement à fournir une solution de mobilité urbaine avisée, facilitant les déplacements tout en favorisant une approche consciente et efficiente des transports. Elle reflète notre objectif d'offrir aux utilisateurs une expérience de voyage réfléchie, informée et adaptée à leurs besoins, tout en contribuant à une mobilité plus durable et intelligente.

Calendrier sur 30 publications

Sur les réseaux Tiktok et Instagram : pour Tiktok le contenu vise les plus jeunes et pour Instagram le contenu s'adapte plutôt au 25-45 ans.



5 septembre au 11 septembre

Jour de lancement

-  Annonce de lancement avec un lien de téléchargement; présentation des différentes fonctionnalités
-  Trois influenceurs pour une story time avec l'application Mobi dans une ville partenaire (@lenna.vivas, @riadhlevrai et un autre)
-  Premier **#LundiMobi** ou un Mobinaute partage son experience avec l'application, en mettant en avant en quoi cela lui a changé sa manière de se déplacer. Premier jour avec Pierre-Alexandre Dumas, 25 ans, développeur web sur Chartres.
-  MicroTrottoir un peu drôle avec un influenceur Tiktok, interrogeant les gens sur leur utilisation des transports en commun avec le hashtag **#AskMobi**
-  Anecdotes sur les transports en commun 2 fois par semaine avec un lien pour télécharger l'application. Contenu publié en mode carrousel.
-  Carte de la France avec les différentes villes partenaires de Mobi en réel. Motion Design montrant les villes.
-  **#AskMobi** ou un Tiktokeur pose des questions sur le thème de l'écologie auprès de différentes personnes.
-  Jeu concours pour gagner un an de gratuité de transport en commun dans sa ville avec le hashtag **#FreeRide**. Tirage au sort avec une photo drôle dans les transports en commun

-  Micro Trottoir avec **#AskMobi** avec des chauffeurs de bus sur les anecdotes les plus folles
-  **#LundiMobi** avec l'experience d'un commerçant sur son activité en centre ville et les bénéfices d'une application comme Mobi.
-  Relance sur le concours **#FreeRide** avec rappel qu'il reste 5 jours.
-  Deux influenceurs pour une story time avec l'application Mobi dans d'autres villes partenaires.
-  Présentation de l'équipe sur la page officielle Tiktok avec un ton décontracté et références aux trends du momet
-  Anecdotes sur les transports en commun avec un lien pour pouvoir télécharger l'application.
-  Résultat du concours **#FreeRide** avec présentation du gagnant.
-  **#AskMobi** micro trottoir avec des commerçants pour leur experience avec l'application Mobi.
-  **#LundiMobi** avec le maire de la ville de Dreux Pierre-Frédéric Billet, sur l'importance d'une application comme Mobi pour la revitalisation du centre ville.



Hello Mobinaute !

Félicitations tu fais désormais parti de la #CommuMobi !

Pour te remercier on a un petit cadeau pour toi

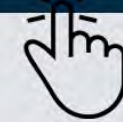
On t'offre **50%** de réduction sur ton prochain abonnement mensuel ! *

*offre éligible dans les villes partenaires mobi

Comment faire ?

Tape le code promo **"MetroBoulotDodo50"** et profite de cette réduction !

Clique sur ce lien



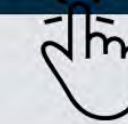
et sinon ?

Tes avantages

- 1 Prendre les transports à moindre coût dans ta ville
- 2 Des réductions dans les activités en centre ville
- 3 Tes horaires de bus, tram, metro ou même charette en temps réel

Tape le code promo **"MetroBoulotDodo50"** et profite de cette réduction !

Clique sur ce lien



et sinon ?

Tes avantages

- 1 Prendre les transports à moindre coût dans ta ville
- 2 Des réductions dans les activités en centre ville
- 3 Tes horaires de bus, tram, metro ou même charette en temps réel
- 4 Se faire des ami.e.s avec la #CommuMobi

[Se désinscrire](#)

[A propos de nous](#)

[Se désinscrire](#)



Faites revivre votre ville et Voyager intelligent

Télécharger l'application et découvrir tous vos avantages



Villes partenaires de Mobi

Les villes partenaires de Mobi sont les complices urbaines de l'application, où les utilisateurs peuvent profiter de services de transport innovants et d'avantages uniques.



Avantages



Vos horaires en temps réel

En direct

Accédez aux horaires en temps réel des transports en commun en un clin d'œil, vous permettant ainsi de planifier vos déplacements avec précision et efficacité. Plus besoin d'attendre aux arrêts grâce à cette fonctionnalité pratique qui vous offre une expérience de voyage plus fluide.



Des réductions dans votre ville

Des offres de fou

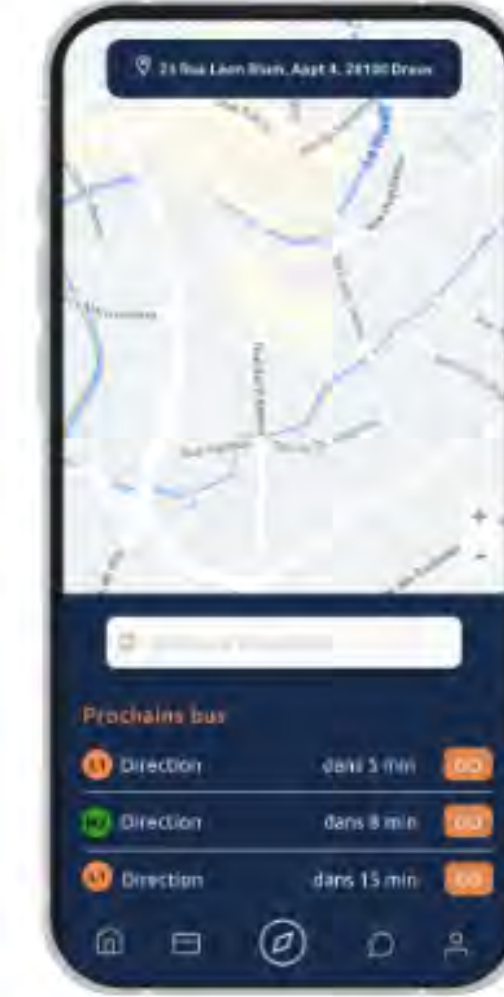
Profitez de réductions exclusives chez les commerçants locaux partenaires, vous offrant ainsi une expérience shopping plus avantageuse et enrichissante lors de vos déplacements en ville.



Payer votre abonnement

Super pratique

Payez facilement votre abonnement aux transports en commun directement depuis l'application, vous offrant ainsi une gestion simplifiée de vos frais de déplacement et une expérience utilisateur plus pratique et fluide.



Votre Trajet Rapidement !

Avec Mobi, planifier votre trajet est rapide et intuitif. Il vous suffit de saisir votre adresse de départ et d'arrivée pour voir instantanément les prochains bus disponibles ainsi que les horaires précis. En quelques clics, vous visualisez votre itinéraire détaillé, vous assurant une planification efficace de vos déplacements en toute simplicité.

De plus, Mobi vous permet d'acheter votre ticket en toute commodité. Plus besoin de faire la queue aux distributeurs automatiques ou de chercher des points de vente physiques. En quelques instants, vous pouvez régler votre trajet directement depuis l'application. Avec Mobi, voyager devient fluide et sans tracas.



Des réductions dans votre ville

Des réductions dans votre ville



Un accès aux horaires en direct des transports en commun dans ta ville



Achete ton ticket ou paye ton abonnement directement sur Mobi



Profite de réductions, d'activité, d'abonnement chez les commerçants de ton coin



Deviens pote avec plusieurs #Mobinautes en partageant des trajets!



Les avis des commerçants

Ces témoignages positifs reflètent l'impact significatif de Mobi sur l'activité des commerçants, renforçant ainsi son rôle crucial dans la revitalisation des centres-villes.

"Depuis l'arrivée de Mobi à Dreux, nous avons de plus en plus de clients qui souhaitent nous rencontrer. C'est une aubaine pour nous."

"Depuis l'arrivée de Mobi à Dreux, nous avons de plus en plus de clients qui souhaitent nous rencontrer. C'est une aubaine pour nous."



Enrico
Vendeur sur Dreux

Venez vivre l'expérience et devenez Mobinautes !



Plateformes

IOS
Android
Web

About

Features
Prix
Avis

Utility pages

Get Started
Changelog
Licence
Styleguide

Get in Touch

+33 7 69 33 12 58
Info@mobi.app

Newsletter

Inscrivez vous à notre newsletter


| Supports Imprimés



Et si on réapprenait à aimer avec des fleurs ?

Léa, Fleuriste, 4 Rue Magenta à Dreux

Pour vous revoir, Léa pourrait même vous faire une petite fleur


Faites revivre votre centre-ville et Voyager intelligent avec 



Et si on se remettait à manger 5 fruits et légumes par jour ?

Enrico, Vendeur, 24 rue Paris à Dreux

Pour vous revoir, il est prêt à tomber dans les pommes ... littéralement.


Faites revivre votre centre-ville et Voyager intelligent avec 



Vous voulez vraiment remplacer votre boulanger par une IA ?

Rachid, Boulanger, 11 Place Italie, Dreux

Pour vous revoir, votre boulanger accepte même que vous dites "chocolatine".

Faites revivre votre centre-ville et Voyager intelligent avec 



Et si on se remettait à
manger 5 fruits et
légumes par jour ?

Enrico, Vendeur, 24 rue Parisis à Dreux
Pour vous revoir, il est prêt à tomber
dans les pommes ... littéralement.

Faites revivre votre centre-ville et
Voyager intelligent avec  **mobi**

| Vidéo Animation post Réseaux Sociaux

Le post Instagram présente un partenariat hebdomadaire avec la ville de Dreux, l'une des villes partenaires de l'application Mobi. Il met en valeur la coopération entre Mobi et Dreux pour améliorer la mobilité et revitaliser le centre-ville.

Contenu du Post:

Visuel en mode Carroussel :

- Un dossier visuel comprenant une image statique et une vidéo. L'image statique est une carte de la France avec les différentes villes partenaires de Mobi mises en évidence. À côté de cette carte, la vidéo du partenariat avec Dreux est présentée.

Description :

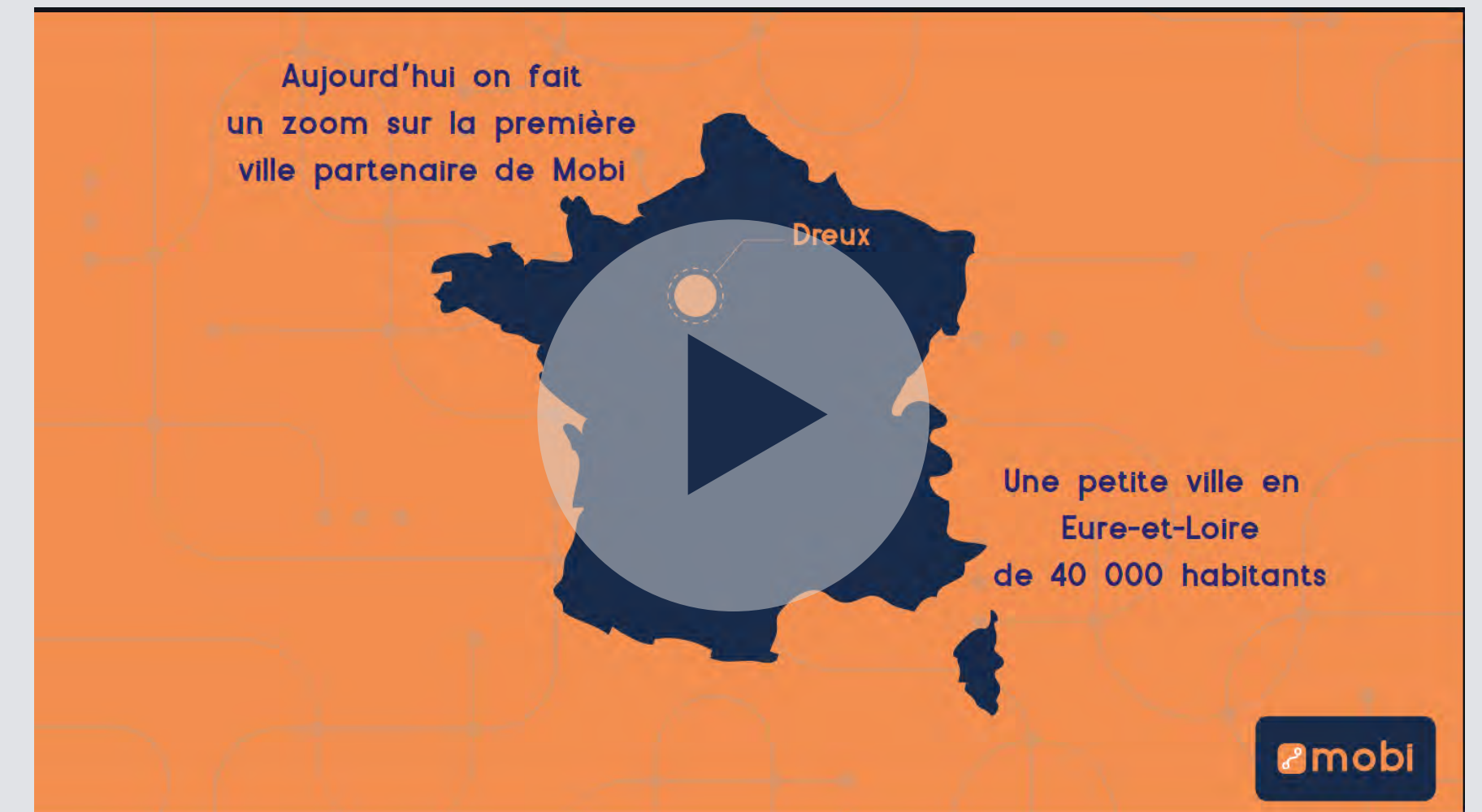
- La légende du post décrit brièvement le partenariat avec Dreux et son impact sur la mobilité et la vie urbaine. Elle invite également les utilisateurs à découvrir les autres villes partenaires de Mobi et à rejoindre la communauté pour soutenir ces initiatives en téléchargeant l'application.

Hashtags affilié à la description :

- #Partenariat #Dreux #Mobilité #CentreVille #Mobi #VillesPartenaires #Animation #MotionDesign #Communauté

Lien

- "Télécharger l'application Mobi et profitez dès maintenant d'avantages dans votre ville 🚀 #Mobi #Partenariat #Dreux"



Lancer la vidéo

06

Mise en
Place
Technique

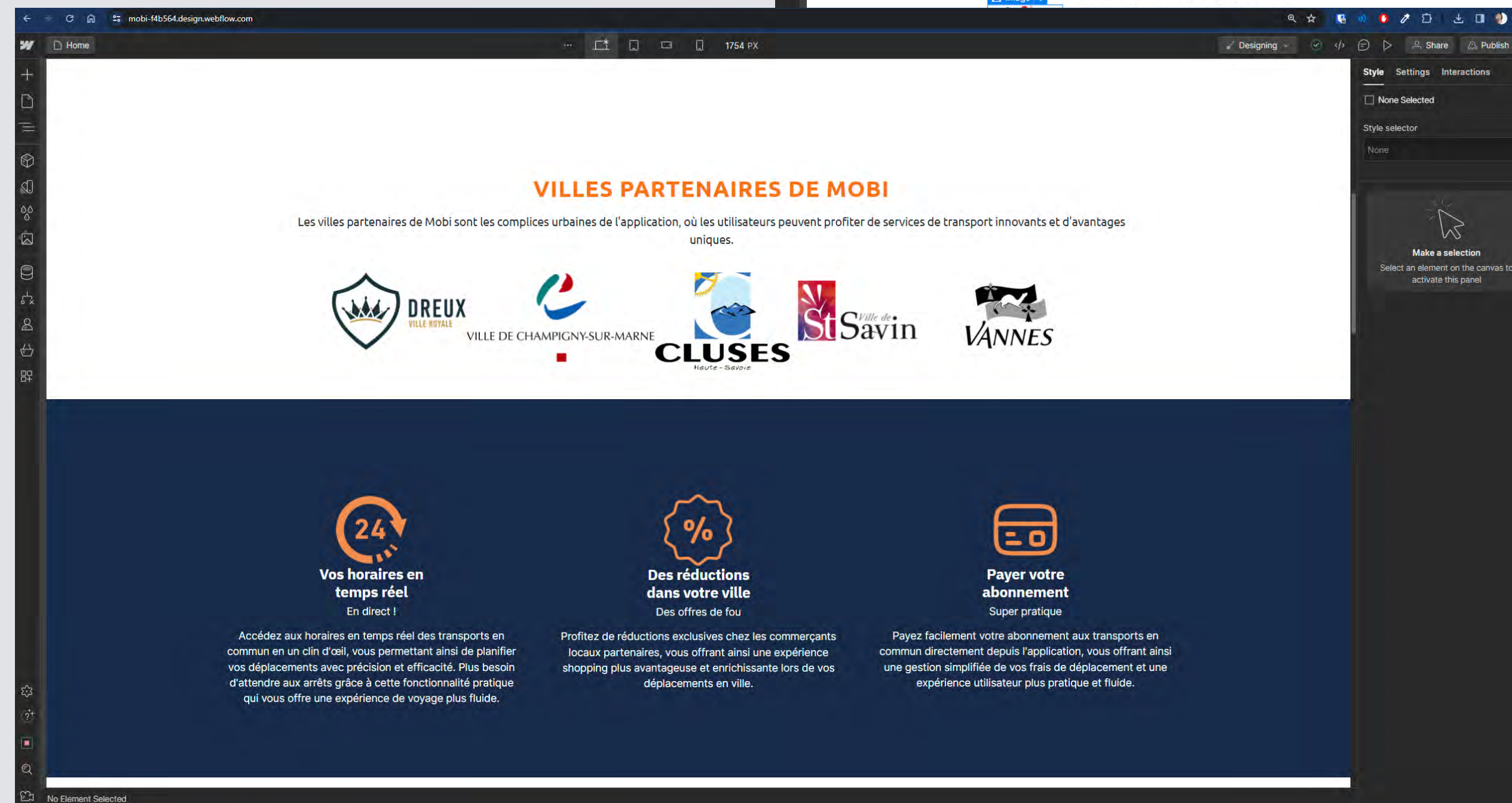
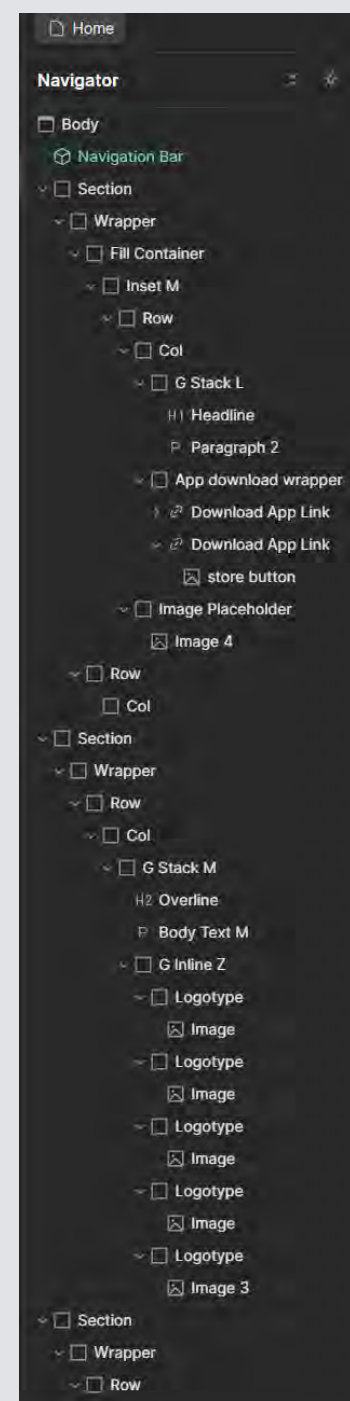
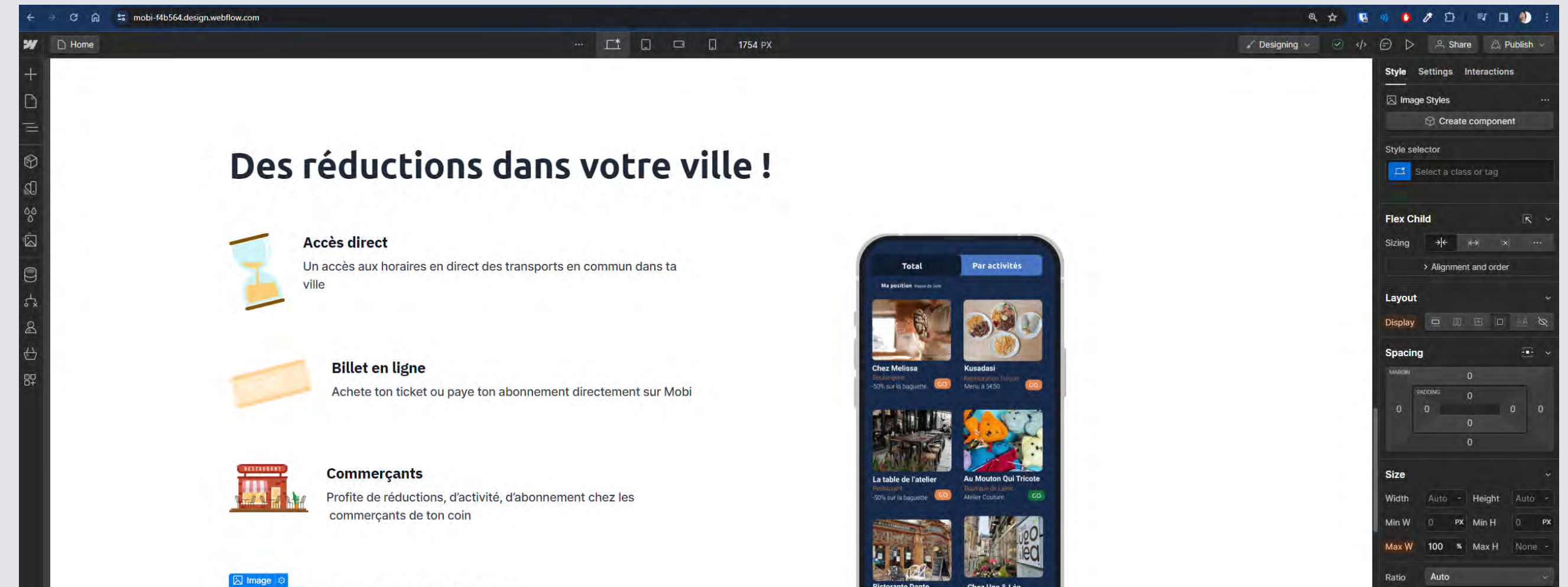
Landing page intégrée

Architecture du Site

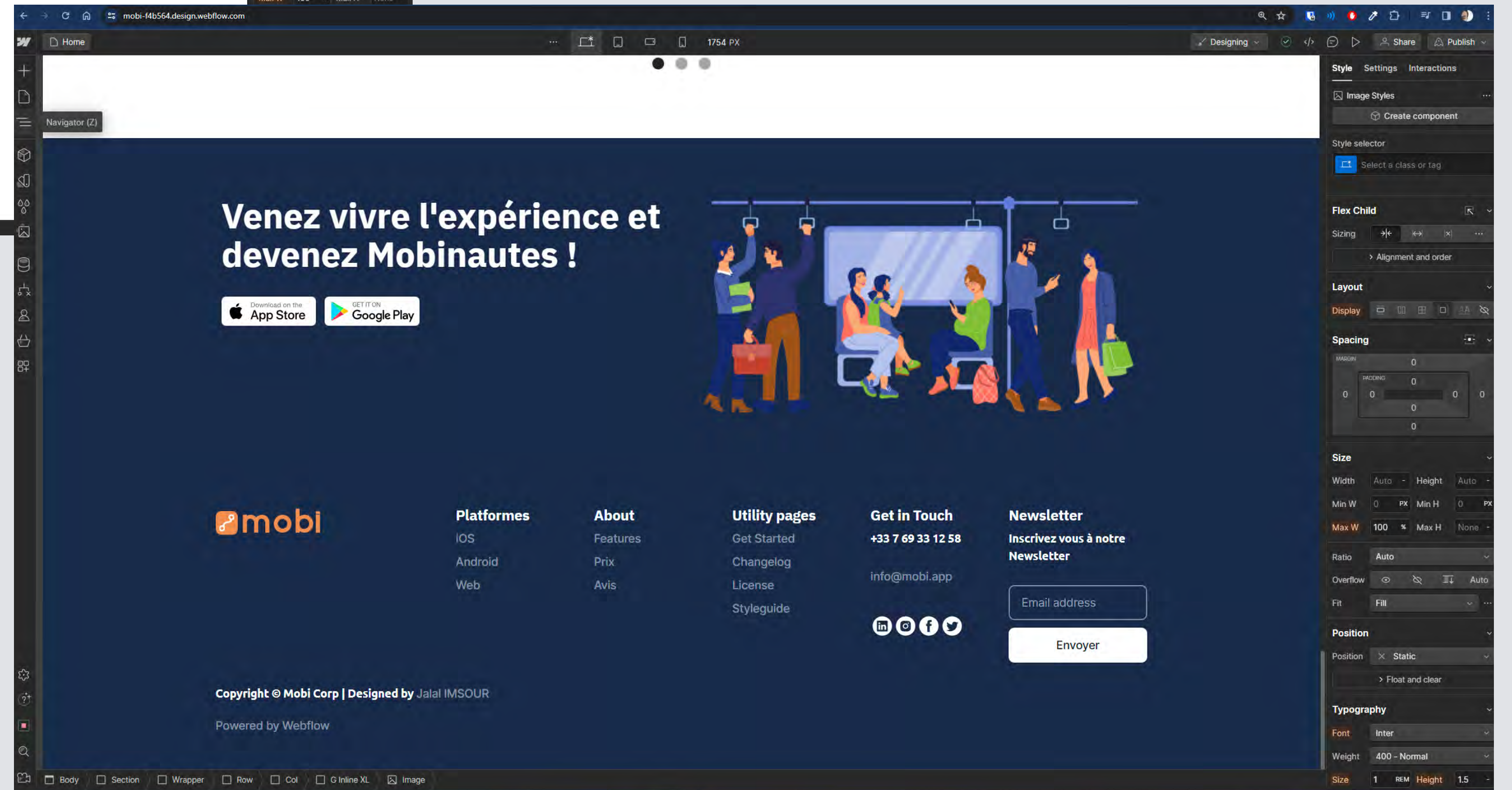
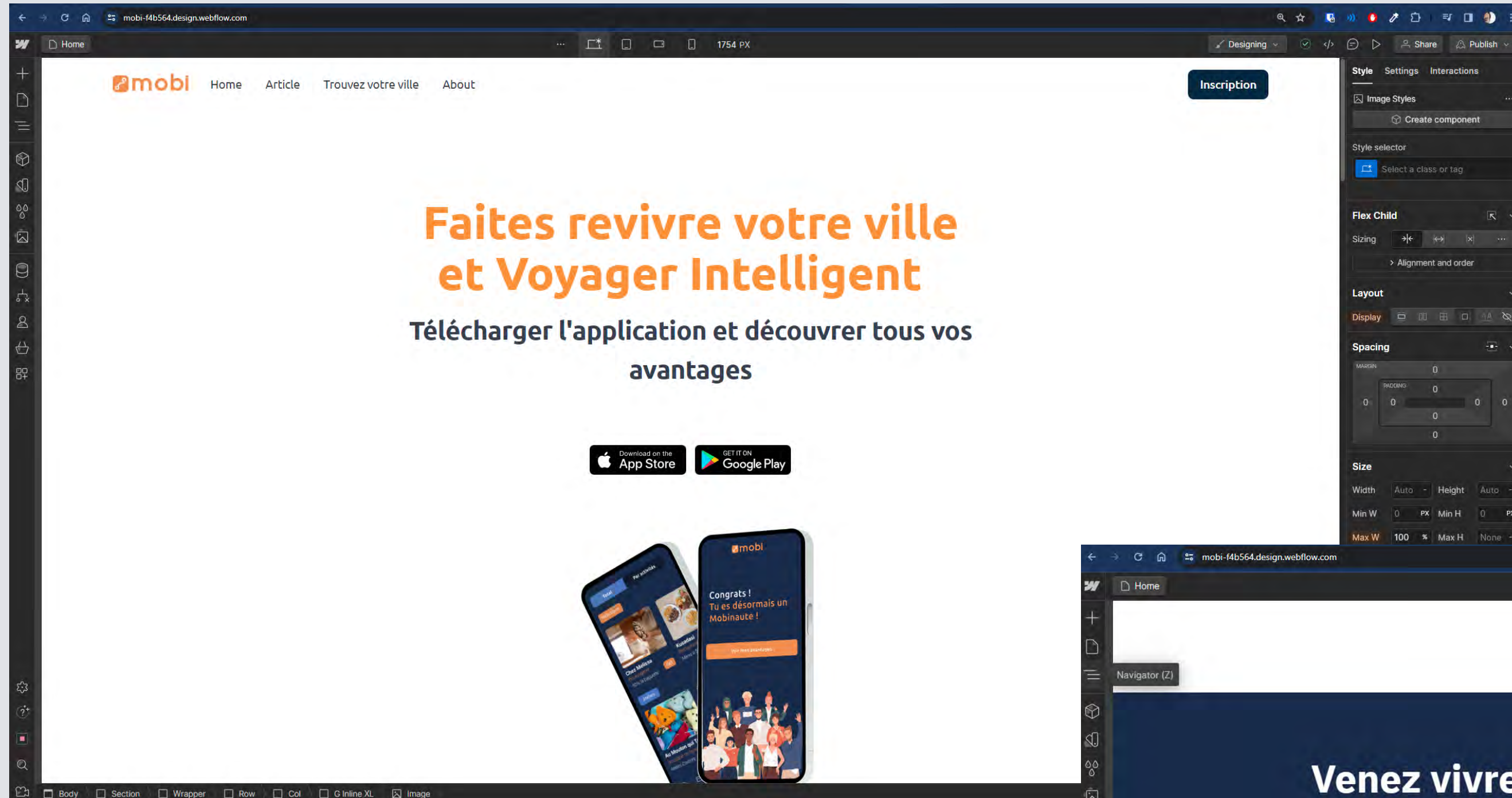
L'architecture a été basé sur un template sur lequel j'ai pu retravailler de manière à me rapprocher au maximum de ma maquette.

J'ai retravaillé l'architecture en y incorporant mes propres sections.

[Lien du site](#)

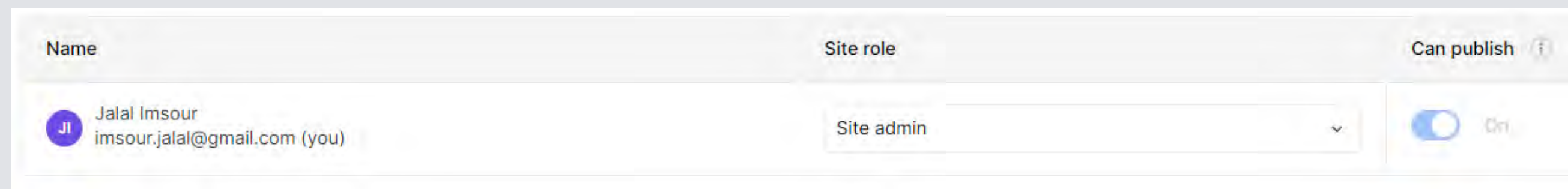


Landing page intégrée - Part 2

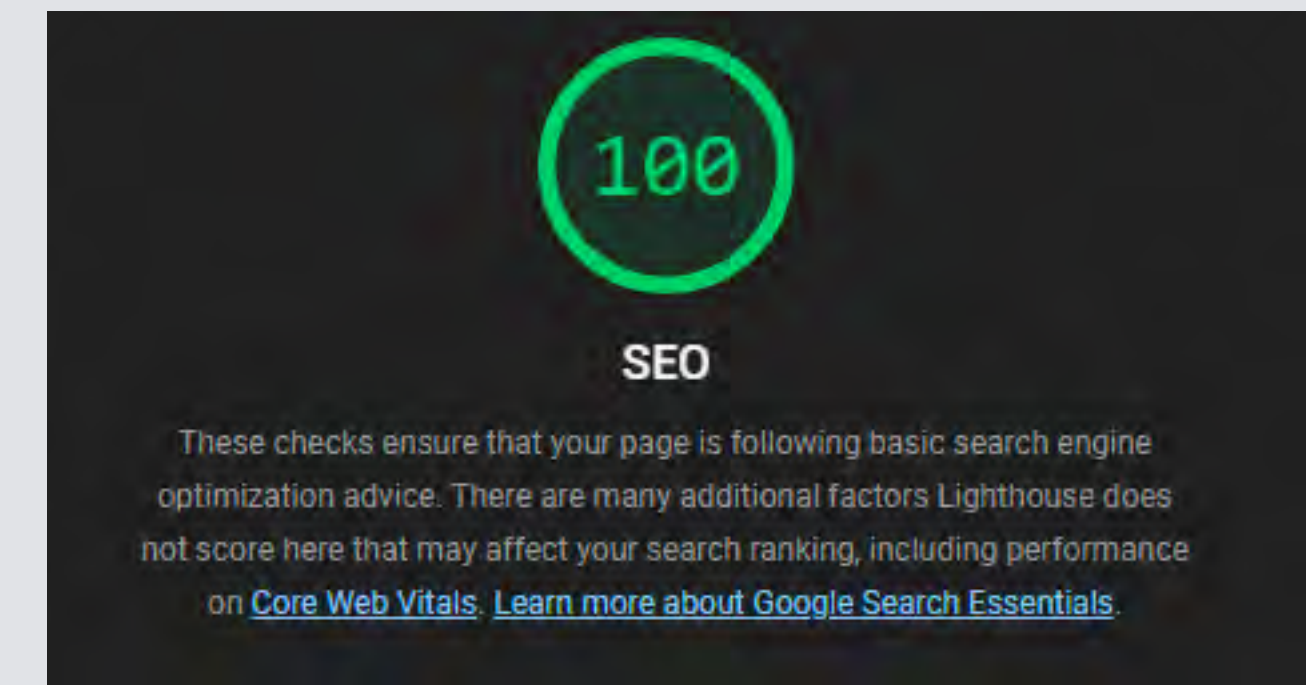


Interface d'administration du site & SEO

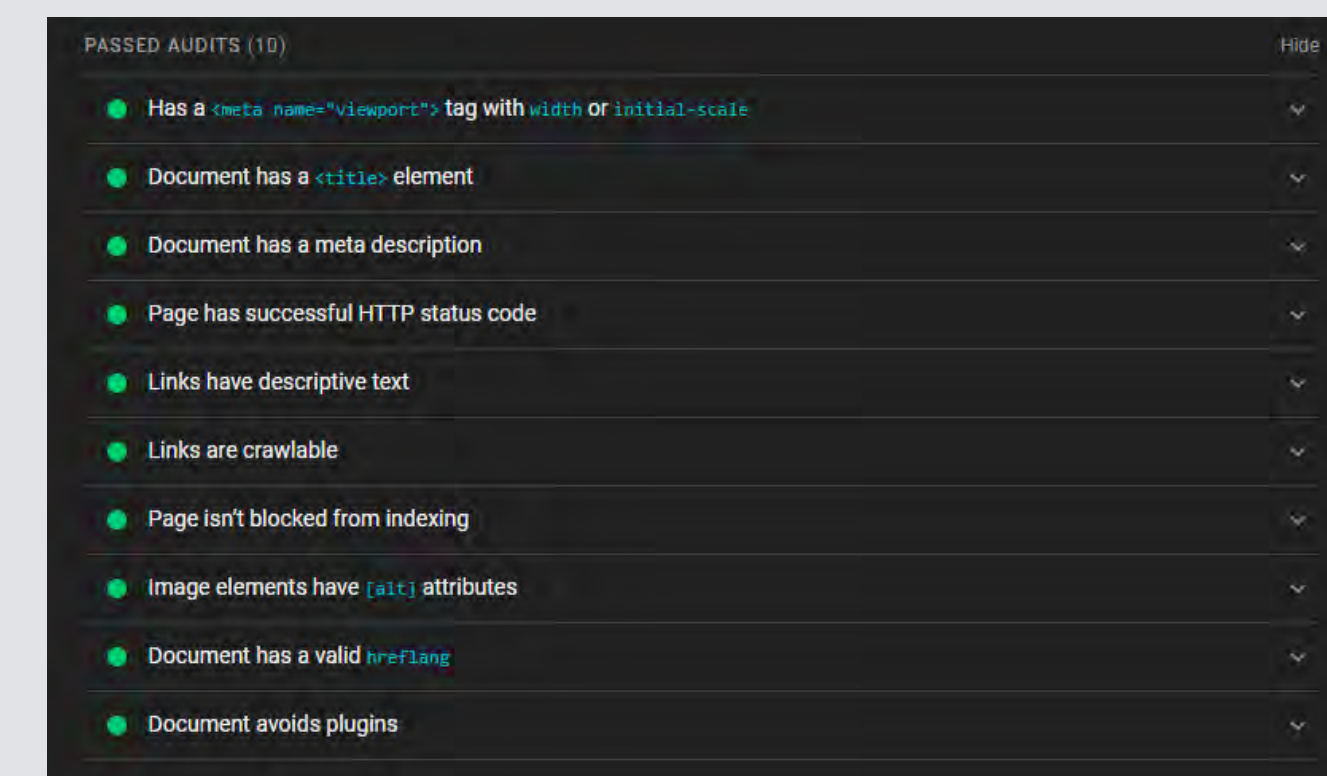
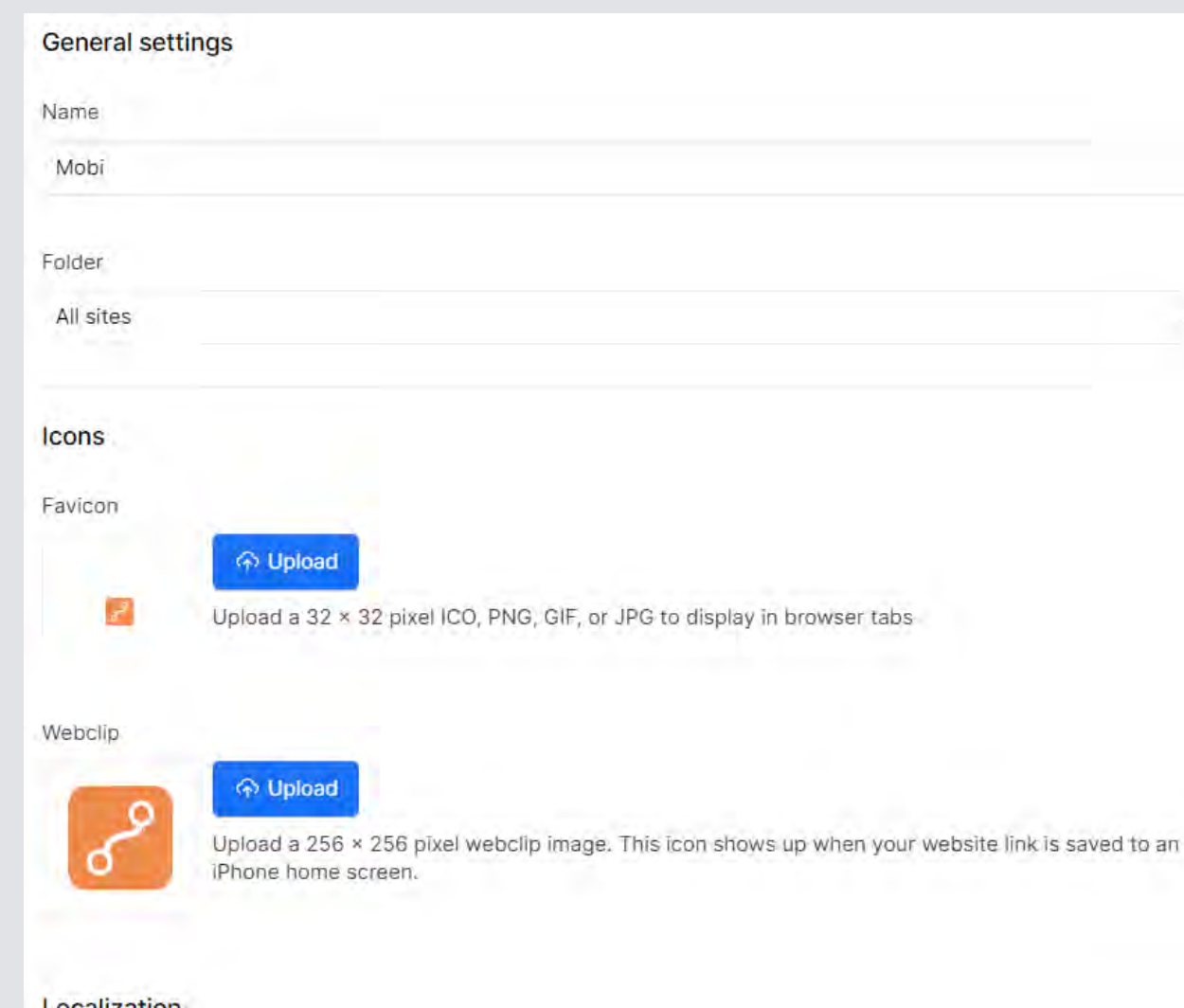
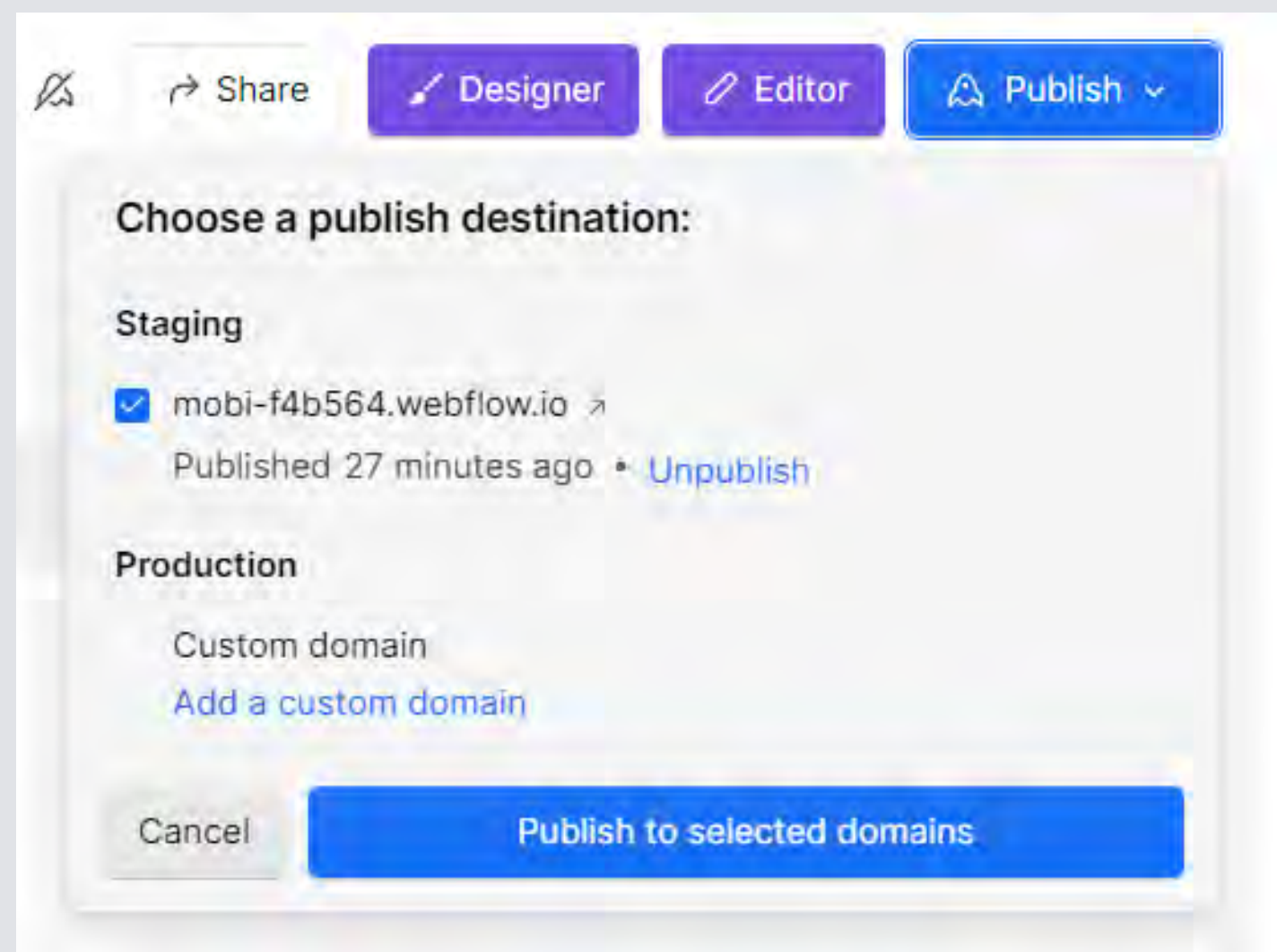
Le rôle d'admin est unique à la personne ayant développé le site. En effet il n'y a pas de rôle invité.



La note du SEO a été attribué par l'extension Chrom Lighthouse



Webflow propose un lien sous un environnement de test “.webflow.io” Voici les paramètres généraux



07 Projection

| Veille

La veille design pour Mobi est organisée en trois volets, chacun explorant les tendances, les innovations et les meilleures pratiques en matière de conception d'interface utilisateur (UI) et d'expérience utilisateur (UX). Trois sources principales sont utilisées pour cette veille :

Feedfly

Cette plateforme offre une sélection diversifiée d'articles, d'études de cas et de analyses approfondies sur le design d'interfaces et l'expérience utilisateur. En surveillant les publications sur Feedfly, nous sommes en mesure de découvrir les dernières tendances et les concepts

Medium

Medium est une source incontournable pour les articles de blog et les essais sur une multitude de sujets, y compris le design d'interfaces et l'UX. Nous explorons régulièrement les publications sur Medium pour trouver des idées novatrices, des conseils pratiques et des réflexions approfondies sur les défis et les opportunités en matière de conception.

LinkedIn

En suivant des experts en design et en UX sur LinkedIn, nous bénéficions d'une veille active sur les actualités, les événements et les tendances dans le domaine de la conception numérique. Les discussions, les partages d'articles et les commentaires des professionnels de l'industrie offrent une perspective précieuse sur les développements les plus récents et les meilleures pratiques à suivre.

En combinant ces trois sources de veille, nous sommes en mesure de rester à la pointe du design numérique et d'intégrer les meilleures pratiques et les innovations les plus récentes dans l'expérience utilisateur de Mobi.

Amélioration Continue

Pour améliorer continuellement Mobi, nous pourrions mettre en œuvre plusieurs aspects d'amélioration continue, notamment :

Tests Utilisateurs : Organiser régulièrement des sessions de tests utilisateurs pour recueillir des retours d'expérience directement auprès des utilisateurs finaux. Ces tests nous permettent d'identifier les points de friction, les besoins non satisfaits et les fonctionnalités à améliorer.

AB Testing : Mettre en place des tests AB pour comparer différentes versions de l'interface utilisateur ou des fonctionnalités spécifiques. En analysant les performances et les préférences des utilisateurs entre les différentes variantes, nous pouvons prendre des décisions plus éclairées sur les modifications à apporter.

Analyse des Données Utilisateur : Utiliser des outils d'analyse des données pour suivre et comprendre le comportement des utilisateurs sur l'application. En examinant les parcours utilisateurs, les taux de conversion et d'autres métriques clés, nous pouvons identifier les zones d'opportunité et les problèmes potentiels à résoudre.

Feedback Utilisateur : Mettre en place des mécanismes pour recueillir activement les commentaires et les suggestions des utilisateurs, que ce soit par le biais de formulaires de feedback intégrés dans l'application, de sondages réguliers ou de canaux de support dédiés.

Veille Concurrentielle : Surveiller régulièrement les tendances et les innovations dans le domaine des applications de mobilité urbaine en examinant les concurrents directs et indirects. Cette veille nous permet d'identifier les meilleures pratiques et les fonctionnalités émergentes à intégrer dans Mobi.

Amélioration SEO

Optimisation des Mots-Clés :

Intégrer stratégiquement les mots-clés pertinents dans le contenu du site web, y compris les titres, les descriptions et le contenu textuel, pour améliorer la visibilité dans les résultats de recherche.

Optimisation de la Structure du Site

Réorganiser le site web pour une meilleure indexation par les moteurs de recherche, en améliorant la navigation interne et en créant un plan de site XML pour faciliter l'accès aux différentes sections du site.

Création de Contenu de Qualité

Développer une stratégie de contenu axée sur la création de contenu informatif et pertinent, tel que des articles de blog et des guides pratiques, pour attirer un trafic qualifié et renforcer l'autorité de Mobi en ligne.

08 Conclusion

Conclusion

Travailler sur le projet Mobi a été une expérience profondément gratifiante, tant sur le plan professionnel que personnel. En plus de me permettre d'appliquer mes compétences en conception et en développement d'applications, ce projet a été l'occasion pour moi de plonger au cœur d'une problématique qui me tient particulièrement à cœur : la désertification des centres-villes. En tant qu'habitant de Dreux, cette réalité est une préoccupation quotidienne, et contribuer, même modestement, à inverser cette tendance a été une source de motivation constante.

Ce projet m'a également ouvert les yeux sur le potentiel de la technologie pour adresser des défis sociaux et environnementaux. À travers Mobi, nous aspirons non seulement à simplifier les déplacements urbains, mais aussi à réinjecter de la vie et de la vitalité dans nos villes, tout en encourageant des modes de transport plus respectueux de l'environnement. Cette vision m'a profondément inspiré et m'a poussé à réfléchir de manière plus globale à l'impact que nous pouvons avoir en tant que créateurs de solutions technologiques.

Je suis animé par un réel enthousiasme à l'idée de continuer à développer ce projet et à explorer de nouvelles possibilités pour le rendre encore plus pertinent et efficace. Mobi représente bien plus qu'une simple application : c'est une manifestation de notre engagement envers des valeurs d'inclusivité, de durabilité et de connexion communautaire. J'espère sincèrement que nous aurons l'opportunité de concrétiser pleinement cette vision et d'apporter une contribution significative à nos villes et à notre société dans son ensemble.

Jalal Imsour