

ēsd

école
supérieure
du digital

PROJET MÉTHODO UX

**Loc'Art - Site de location de vêtements
éco-responsable**

COUMAILLAUD Esther
HUNTER Jade
PITARD Noémie
NOCCHI Lorenzo
DORIZON Maxence

**CRÉER, CODER,
INNOVER**

www.ecole-du-digital.com

Sommaire

1. Introduction	3
2. Concept	3
a. Pour les créateurs	3
b. Pour les consommateurs	4
c. Aspect écologique	4
3. Marché	4
a. Veille concurrentielle	4
4. Persona UX	13
a. Sofia, la business girl	13
b. Théodore, le créateur	16
5. Empathy Map	20
Sofia, la business girl	20
Théodore, le créateur	21
6. Objectifs	22
1. Proposer une solution de location ou de prêt de vêtements événementiels de qualité et accessibles.	22
2. Créer une plateforme de confiance mettant en relation créateurs et utilisateurs.	22
3. Créer une plateforme de location de vêtements écoresponsables.	22
4. Mettre en avant les créations de jeunes designers via une plateforme dédiée.	23
5. Garantir un revenu régulier aux créateurs en leur permettant de louer leurs créations	23
7. Liste de fonctionnalités	24
8. Justification des fonctionnalités par les lois UX	25
Version 1 (V1)	25
Version 2 (V2)	26
Version 3 (V3)	27
8. Conclusion	27

1. Introduction

Problématique : Comment proposer de la location de vêtement haut de gamme alors que nous sommes sur un marché saturé ?

Dans un contexte où l'industrie de la mode fait face à des enjeux croissants en matière d'écologie et de surproduction, Loc'Art s'inscrit comme une réponse innovante à deux défis majeurs : la saturation du marché de la location de vêtements haut de gamme, et l'urgence écologique. La mode circulaire, qui encourage la réutilisation de l'éco responsabilité, offre une alternative prometteuse à la consommation effrénée de vêtements. Cependant, se démarquer dans un secteur concurrentiel nécessite d'adopter une approche stratégique qui nous permettrait de nous différencier.

Ce projet vise à explorer comment Loc'Art peut offrir une plateforme de location de vêtements haut de gamme, alliant rentabilité et écoresponsabilité. Grâce à une collaboration étroite avec des créateurs émergents et en répondant aux attentes des consommateurs en quête de solutions écoresponsables, Loc'Art ambitionne de transformer la manière dont la mode est consommée aujourd'hui, en se concentrant sur les enjeux liés à l'accessibilité, à la mise en valeur des créateurs, et à la réduction de l'empreinte environnementale de l'industrie textile.

2. Concept

Loc'Art est un site qui permet aux gens de louer des vêtements de jeunes créateurs au lieu de les acheter, tout en mettant en avant deux aspects principaux : l'économie (pour les créateurs et les locataires) et l'éco-responsabilité (anti-fast fashion).

a. Pour les créateurs

Les jeunes créateurs de mode ont souvent du mal à vendre beaucoup de vêtements à cause des coûts élevés de production et du manque de visibilité. Avec ce site, pour lequel ils seraient en collaboration, ils peuvent mettre leurs pièces en location, ce qui leur permet de gagner de l'argent chaque fois qu'un vêtement est loué. Plutôt que de vendre une pièce une seule fois, ils peuvent la louer plusieurs fois, augmentant ainsi leur revenu total à long terme.

b. Pour les consommateurs

Du côté des locataires, c'est un moyen d'accéder à des vêtements de créateurs uniques à moindre coût. Plutôt que d'acheter une tenue chère qu'ils ne portent qu'une ou deux fois pour un simple événement, ils peuvent la louer pour une courte période (pour une soirée, un événement spécial, etc.). Cela rend la mode plus accessible et évite l'encombrement de leur garde-robe.

c. Aspect écologique

Le site met également l'accent sur la durabilité. De nombreux créateurs sur la plateforme utilisent des matériaux écologiques (comme le coton bio ou les tissus recyclés) et adoptent des processus de fabrication responsables, réduisant ainsi l'impact environnemental de la mode. Louer des vêtements au lieu de les acheter contribue également à la réduction de la surproduction et du gaspillage textile, car chaque pièce est portée par plusieurs personnes avant d'être remplacée.

En résumé, Loc'Art soutient les créateurs en leur offrant une nouvelle source de revenus et un moyen de se faire connaître, et donne aux consommateurs l'opportunité de porter des tenues originales de manière plus responsable. Il aide à diminuer l'empreinte environnementale de la mode en promouvant une utilisation prolongée et plus durable des vêtements.

3. Marché

a. Veille concurrentielle

UNE ROBE • UN SOIR P A R I S

Une robe un soir

"Une Robe Un Soir" se positionne comme un acteur de la mode circulaire en offrant une alternative responsable à l'achat de vêtements de luxe grâce à la location, ciblant les consommateurs soucieux de l'environnement et du coût. En plus de la location pour événements, la marque propose des abonnements mensuels (de 69 € à 199 €) pour une rotation régulière de tenues, favorisant la fidélisation. Le service client personnalisé, en ligne et en showroom, est apprécié pour son accompagnement. (<https://1robepour1soir.com>)

Une robe un soir	Evaluation des fonctionnalités					
	Visibilité pour les créateurs	Livraison	Accessibilité	Éco-responsabilité	UX	Total
Site web	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5	18/25

Justification :

Visibilité pour les créateurs : 3/5 car sa sélection se concentre souvent sur des marques déjà établies. Si la plateforme permet une certaine visibilité pour des créateurs émergents, elle ne se positionne pas autant comme un tremplin pour les jeunes talents ou les marques peu connues.

Livraison : 4/5 car bien qu'elle ne soit pas encore optimisée pour un impact environnemental réduit, la livraison est généralement rapide et les vêtements sont souvent livrés dans des housses protectrices pour garantir leur intégrité.

Accessibilité : 3/5 car le site rend la mode de luxe plus accessible en permettant la location de tenues coûteuses pour une fraction de leur prix d'achat, cependant, les prix de location restent relativement élevés, et le service est principalement destiné à une clientèle urbaine aisée.

Éco-responsabilité : 3/5 car les informations sur l'utilisation de matériaux durables ou des processus de fabrication respectueux de l'environnement ne sont pas toujours mises en avant. De plus, la question de l'empreinte carbone liée aux cycles de livraison et de nettoyage des vêtements est un aspect qui pourrait être amélioré avec des solutions plus éco-responsables.

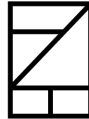
UX (4/5) :

Navigation fluide et intuitive : Le site met en avant une navigation structurée par type d'événement (mariage, soirée, etc.) et par catégorie de vêtements et accessoires, facilitant ainsi le choix des utilisateurs en fonction de leurs besoins.

Source: [1 Robe pour 1 Soir](#)

Différentes catégories et sous catégories: Le site propose distinctement différentes catégories, luxe, premium, seconde main... et des sous catégorie tels que l'occasion pour lequel on veut louer ou la catégorie de vêtement (robe,jupe, costume...) Un système de favoris ou d'alerte de réassort pourrait améliorer l'expérience client, en évitant de refaire le tour du catalogue chaque mois. Source: [Marieliily Vogue](#)

Service client et personnalisation : L'accompagnement proposé par l'équipe, que ce soit en ligne ou en showroom à Paris, est apprécié. Le service est conçu pour être proche du client, avec des conseillers qui assistent dans le choix des tenues et dans la gestion des retours. Source: [MinuteLuxe](#), [1 Robe pour 1 Soir](#)



RENT THE RUNWAY

Rent the Runway

Permet à ses clientes d'acheter des tenues pour des occasions spéciales ou d'opter pour un abonnement mensuel pour des vêtements du quotidien. Ce qui la démarque de ses concurrents est son modèle d'abonnement, qui propose une garde-robe en rotation continue, permettant de louer plusieurs articles par mois (dans la limite du coût des vêtements selon l'abonnement). En plus des vêtements de créateurs, "Rent the Runway" offre un service pratique avec des livraisons rapides, des nettoyages professionnels inclus, et une large variété de styles, rendant la mode de luxe plus accessible et durable. (<https://renttherunway.com>)

Rent The Runway	Evaluation des fonctionnalités					
	Visibilité pour les créateurs	Livraison	Accessibilité	Éco-responsabilité	UX	Total
Site web	4/5	4/5	5/5	3/5	4.5/5	20.5/25

Justification :

Visibilité pour les créateurs : 4/5 car le site collabore avec un large éventail de marques, allant des grandes maisons de couture aux designers moins connus, offrant ainsi une bonne visibilité aux créateurs. Toutefois, la plateforme reste majoritairement orientée vers des marques établies.

Livraison : 4/5 car le site est connu pour la fiabilité de son service de livraison, avec des options flexibles, dont des livraisons express pour répondre aux besoins de ses utilisateurs. Cependant, certaines critiques concernent parfois des retards ou des problèmes d'inventaire en haute saison.

Accessibilité : 5/5 car se distingue par son approche innovante qui permet à un grand nombre de consommateurs d'accéder à des pièces de créateurs via des formules de location à des prix bien inférieurs au coût d'achat.

Éco-responsabilité : 3/5 car le site contribue à la durabilité en promouvant la location au lieu de l'achat, ce qui prolonge la durée de vie des vêtements et réduit la surconsommation. Cependant, il existe des critiques quant à l'empreinte carbone liée aux multiples cycles de livraison et de nettoyage intensif que demandent les vêtements loués.

UX (4.5/5) :

Navigation claire et intuitive : “Rent The Runway” offre une interface épurée, avec des filtres bien pensés pour trier les vêtements par événement, taille, style, ou créateur. La recherche est fluide et les utilisateurs peuvent rapidement trouver ce qu'ils cherchent, que ce soit pour un mariage ou une soirée.

Large gamme de catégories et sous-catégories : Le site propose un large éventail de vêtements, des robes de soirée aux accessoires, et des options pour chaque occasion. Les sous-catégories sont bien organisées, permettant de choisir rapidement le type de vêtement ou d'occasion. De plus, la fonctionnalité "Favoris" permet aux utilisateurs de sauvegarder leurs pièces préférées pour une location future.

Personnalisation et service client : “Rent The Runway” se distingue par un service client attentif, avec des stylistes en ligne pour aider à choisir les meilleures tenues. L'option d'abonnement permet également de personnaliser l'expérience en fonction des préférences et des besoins fréquents des utilisateurs.

Processus de réservation et retour simplifié : Le processus de location est simple, et les retours sont facilités avec des emballages réutilisables et des options de retour flexibles, ce qui renforce la satisfaction des utilisateurs.

HURR

Hurr

Permet aux utilisateurs de louer et de prêter des vêtements de particulier à particulier ou directement auprès de marques partenaires. Ce qui la démarque de ses concurrents est son engagement fort pour la durabilité, avec une technologie de suivi des articles via la blockchain pour garantir la transparence et la traçabilité. “Hurr” se distingue également par son mélange de location de pièces issues de particuliers et de collaborations avec des marques, tout en offrant un service premium avec des articles haut de gamme, y compris des vêtements de créateurs et des marques éthiques. (<https://hurrcollective.com>)

Hurr	Evaluation des fonctionnalités					
	Visibilité pour les créateurs	Livraison	Accessibilité	Éco-responsabilité	UX	Total
Site web	4/5	4/5	3/5	4.5/5	4/5	19.5/25

Justification :

Visibilité pour les créateurs : 4/5 car le site se positionne comme une plateforme de location de vêtements de luxe qui met l'accent sur des créateurs durables et éthiques. Cela donne une bonne visibilité à des créateurs émergents ou écoresponsables qui pourraient ne pas avoir la même portée sur des plateformes plus conventionnelles. En promouvant des marques durables, “Hurr” offre une opportunité de découverte à ces créateurs, tout en attirant une clientèle soucieuse de l'éthique et de l'originalité. Cependant, comme la plateforme propose aussi des marques bien établies, la part de visibilité donnée aux jeunes créateurs peut varier.

Livraison : 4/5 car ils offrent un service de livraison flexible et fiable, avec des options de livraison rapide pour répondre aux besoins urgents des utilisateurs. L'entreprise travaille également avec des solutions de logistique durable, notamment en utilisant des emballages réutilisables pour réduire les déchets. Toutefois, comme pour d'autres plateformes de location, l'empreinte carbone liée aux multiples cycles de livraison et de retour reste un défi. Le service est bien noté pour sa ponctualité et la protection des articles, mais l'impact environnemental des livraisons pourrait encore être amélioré.

Accessibilité pour les consommateurs : 3/5 car ils rendent la mode de luxe et durable plus accessible à un public large grâce à son modèle de location. Cela permet aux consommateurs d'accéder à des pièces uniques et haut de gamme à une fraction du prix d'achat. Toutefois, les prix de location restent relativement élevés pour certaines catégories d'articles, en particulier les pièces de créateurs très exclusifs. De plus, comme la plupart des services similaires, "Hurr" est surtout accessible dans les grandes zones urbaines, ce qui peut limiter l'accessibilité géographique pour les consommateurs en dehors de ces zones.

Éco-responsabilité : 4.5/5 car son éco-responsabilité est un pilier central. Elle met un point d'honneur à promouvoir des marques et des créateurs qui utilisent des matériaux durables et adoptent des pratiques de production responsables. En tant que plateforme de location, "Hurr" contribue également à prolonger la durée de vie des vêtements et à réduire le gaspillage dans l'industrie de la mode. Elle se distingue par l'utilisation d'emballages réutilisables et un accent fort sur la circularité.

UX (4/5) :

Interface ergonomique et fluide : "Hurr" propose une interface claire avec une navigation simple. Les utilisateurs peuvent filtrer les articles par taille, marque ou occasion, ce qui rend la recherche intuitive et agréable. Cependant, des optimisations sur la vitesse de chargement des pages pourraient être faites pour améliorer encore l'expérience.

Diversité des catégories et facilité de recherche : Le site propose une bonne variété de vêtements et accessoires, avec des catégories bien définies selon les événements ou types de vêtements. Le système de favoris est pratique pour sauvegarder des pièces à louer plus tard, mais un système d'alerte pour les réassorts serait un atout supplémentaire.

Service client et soutien personnalisé : "Hurr" se distingue par un service client réactif, avec un accompagnement lors de la location et des recommandations de tenues. L'équipe offre un bon suivi, mais les options de stylisme personnalisé pourraient être développées davantage.

Processus de location et retour efficace : Le processus de location et de retour est bien pensé, avec des options de retour flexibles. Les emballages réutilisables renforcent la durabilité et simplifient le processus pour les utilisateurs.

By Rotation

By Rotation

Permet à ses utilisateurs de louer et de prêter leurs vêtements via une application, favorisant ainsi une approche circulaire et durable de la mode. Ce qui la démarque de ses concurrents est son modèle collaboratif, où les utilisateurs peuvent à la fois être locataires et prêteurs, et son absence de stock centralisé. De plus, elle met l'accent sur l'accessibilité, permettant à tous d'accéder à des vêtements de créateurs à moindre coût tout en réduisant l'empreinte environnementale. (<https://byrotation.com>)

By Rotation	Evaluation des fonctionnalités					
	Visibilité pour les créateurs	Livraison	Accessibilité	Éco-responsabilité	UX	Total
Site web	3.5/5	3/5	4/5	4/5	4/5	18.5/25

Justification :

Visibilité pour les créateurs : 3.5/5 car "By Rotation" est une plateforme de location de vêtements entre particuliers, permettant aux utilisateurs de louer et de partager leurs propres pièces, y compris des vêtements de marques bien connues. Cependant, contrairement à des plateformes qui se concentrent sur la mise en avant de jeunes créateurs, "By Rotation" ne place pas la visibilité des créateurs émergents au cœur de son modèle. La plateforme s'appuie davantage sur les articles déjà en possession des utilisateurs. Bien que certaines marques et créateurs bénéficient de la visibilité offerte par les articles loués, la plateforme ne joue pas un rôle direct dans la promotion des créateurs comme le font d'autres services.

Livraison : 3/5 car en tant que plateforme peer to peer, la livraison dépend en grande partie des arrangements individuels entre les locataires et les prêteurs. "By Rotation" n'a pas de système de livraison centralisé comme certaines autres plateformes de location. Si cela permet plus de flexibilité, la qualité du service de livraison peut varier selon les utilisateurs, et il n'y a pas nécessairement de garanties sur la rapidité ou la fiabilité de la livraison. Cependant, cela peut aussi avoir un avantage écologique, puisque les échanges locaux peuvent minimiser l'empreinte carbone liée au transport.

Accessibilité pour les consommateurs : 4.5/5 car c'est une plateforme particulièrement accessible pour les consommateurs, tant d'un point de vue financier que géographique. Le modèle peer-to-peer permet une large gamme de prix, ce qui signifie que les utilisateurs peuvent trouver des articles adaptés à différents budgets.

Éco-responsabilité : 4.5/5 car le modèle de "By Rotation" est intrinsèquement éco-responsable, puisqu'il repose sur la location de vêtements déjà existants, allongeant leur durée de vie et réduisant le besoin d'en acheter de nouveaux. De plus, le modèle peer-to-peer favorise potentiellement les échanges locaux, ce qui peut limiter l'empreinte carbone liée aux transports par rapport aux plateformes qui centralisent leurs opérations. Toutefois, bien que le modèle soit bénéfique en termes de circularité, la plateforme pourrait promouvoir davantage de pratiques éco-responsables, comme l'utilisation de matériaux durables ou des options d'envoi plus écologiques.

UX (4/5) :

Interface intuitive et moderne : "By Rotation" propose une interface conviviale et bien organisée. Les utilisateurs peuvent facilement naviguer parmi les nombreuses options grâce à des filtres simples (taille, créateur, occasion). L'interface est épurée, mais pourrait être un peu plus rapide sur certaines pages.

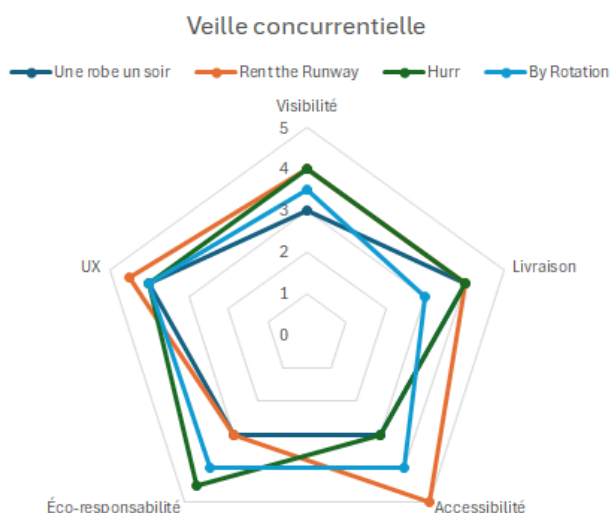
Catégories variées et recherche aisée : Le site permet aux utilisateurs de parcourir une grande diversité de vêtements et accessoires, classés par catégories claires. La possibilité de louer auprès d'autres particuliers ajoute une dimension unique. Cependant, un système de suivi des articles favoris ou loués fréquemment serait un plus.

Service client communautaire : Étant une plateforme peer to peer, "By Rotation" favorise une approche communautaire où les utilisateurs interagissent directement. Le service client est accessible, mais il pourrait être plus structuré en cas de litiges ou de besoins urgents.

Simplicité de la location et retour : Le processus de location est simple et les échanges entre particuliers sont bien facilités. Les retours se font selon des arrangements personnalisés, ce qui apporte flexibilité, mais dépend de la bonne volonté des utilisateurs.

Récap.	Evaluation des fonctionnalités					
	Visibilité pour les créateurs	Livraison	Accessibilité	Éco-responsabilité	UX	Total
Une robe Un soir						
Note	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5	18/25
Rent the Runway						
Note	4/5	4/5	5/5	3/5	4.5/5	20.5/25
Hurr						
Note	4/5	4/5	3/5	4.5/5	4/5	19.5/25
By Rotation						
Note	3.5/5	3/5	4/5	4/5	4/5	18.5/25
Moyenne	3.6/5	3.7/5	3.7/5	3.6/5	4.1/5	18.7/25

Tableau de synthèse sous forme d'un diagramme de Kiviat



Conclusion

- On remarque que le principal concurrent est Rent the Runway avec une note totale de 20.5/25
- On remarque également que la visibilité pour les créateurs et l'éco-responsabilité sont les éléments les plus négligés par les enseignes

Positionnement

Nous positionnons Loc'Art au minimum à la moyenne pour chaque catégorie, sauf pour la visibilité des créateurs et l'éco-responsabilité, nous voulons nous focaliser sur ces points afin de nous démarquer de la concurrence.

4. Persona UX

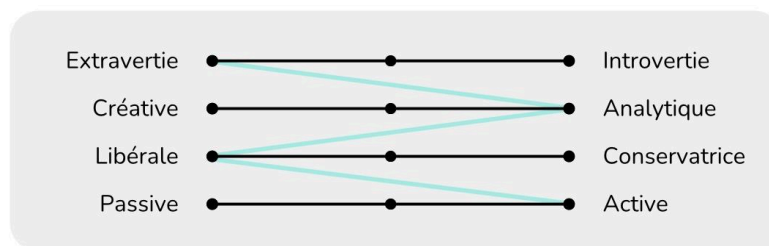
a. Sofia, la business girl



Son identité

- 29 ans, Paris, concubinage
- Directrice startup (45 000€ net/an)
- Propriétaire avec un crédit
- Dans la tech → souvent des conférences, gala...
- Possède une bonne situation financière MAIS ne peut pas se permettre de dépenser 3000€/soirée

Sa personnalité



- Ses valeurs ? Intégrité, Ambition, Persévérance, Autonomie, Collaboration
- A qui fait-elle confiance ? Des partenaires professionnels dans la tech, des conseillers financiers, son réseau entrepreneurial, des collaborateurs créatifs, son cercle intime.

Son histoire

Après des études en ingénierie informatique et un passage dans des entreprises renommées, elle a fondé sa propre société il y a quatre ans. Sofia doit constamment jongler entre les investissements nécessaires pour la croissance de sa startup et les limites de ses dépenses personnelles. Elle aspire à faire croître son entreprise tout en s'assurant une sécurité financière à long terme.

Ses objectifs, ses valeurs et ses craintes

Qu'est-ce qui empêche Sofia de dormir la nuit ?

- L'équilibre entre sa vie personnelle et professionnelle
- La gestion des finances personnelles et professionnelles

- La croissance de sa startup

Quels sont les plus gros challenges auxquels elle doit faire face ?

- Maintenir son réseau professionnel
- Gérer la croissance tout en assurant la rentabilité de sa startup
- Rester compétitive dans un secteur en constante évolution (la tech est extrêmement rapide, avec de nouvelles innovations et tendances émergentes en permanence)

Vers qui Sofia se tourne-t-elle pour obtenir des conseils et des informations ?

- Son concubin et ses amis proches → soutien moral avec un regard extérieur à sa startup
- Ses collaborateurs et associés

Comment vit-elle le changement ?

- Elle anticipe et se prépare
- Le changement est inévitable dans son secteur mais elle reste prudente

Qu'est-ce qui l'empêche ou la presse de changer ?

- L'incertitude financière : Les changements mal planifiés peuvent entraîner des pertes financières. Cela peut la freiner à innover ou à investir dans de nouvelles directions.
- MAIS d'une autre part, l'évolution rapide de la technologie la pousse à agir rapidement pour ne pas être distancée par des concurrents plus audacieux.

Comment veut-elle se sentir après avoir acheté votre produit ou service ?

- Elle aime se sentir reconnue par ses partenaires. Elle veut que l'achat de ce service renforce son image professionnelle.
- Plutôt sereine et confiante. Elle veut se sentir rassurée qu'elle a pris une bonne décision (notamment sur le plan financier)

Ses objectifs

En tant que directrice d'une startup dans la tech, Sofia souhaite voir son entreprise croître. Elle aspire à développer son réseau, à se connecter avec des investisseurs, des leaders de l'industrie et des créatifs. Même avec un salaire confortable, elle veut gérer efficacement son argent pour garantir la sérénité de ses projets.

Ses valeurs

Intégrité, Ambition, Persévérance, Autonomie, Collaboration

Ses craintes

Comme toute entrepreneuse, que sa startup fasse une faillite (échec entrepreneurial). Mais aussi une perte de crédibilité, sa réputation dans l'industrie tech et ses relations sont essentielles.

Le message marketing

En tant que directrice de startup, Sofia participe à de nombreuses conférences et galas, où l'apparence est essentielle. Avec Loc'Art, elle a accès à des robes de gala uniques de jeunes créateurs, tout en respectant ses valeurs économiques.

→ Économiser sans sacrifier le style

“Avec Loc'Art, assurez-vous d'être à la hauteur à chaque gala ou conférence, tout en respectant votre budget et l'environnement. Louez, portez et retournez : une manière simple et élégante de briller tout en soutenant un avenir plus durable.”

Les canaux

- **Magazines de mode** : publicités et articles dans des revues comme Elle, Vogue, ou Marie Claire, qui ciblent un public intéressé par la mode et les tendances.
- **LinkedIn** : Sofia, en tant que professionnelle, utilise LinkedIn pour le networking. Publier des articles sur l'éco-responsabilité dans la mode et des collaborations avec des créateurs sur cette plateforme peut capter son intérêt.
- **Publicités ciblées**
- **Affichage** : Des affichages dans des lieux fréquentés par des professionnels, comme des espaces de coworking ou des centres d'affaires.
- **Bouche-à-oreille** : Encourager les utilisateurs satisfaits à parler de leur expérience avec Loc'Art à leur entourage et à partager des photos sur les réseaux sociaux.
- **Instagram** : Étant dans le monde de la tech, elle utilise forcément Instagram pour suivre des créateurs. C'est un canal idéal pour présenter des photos de robes disponibles à la location, ainsi que des témoignages de clients. (→notamment les réels Insta qui permettent de toucher un public en dehors des followers !)

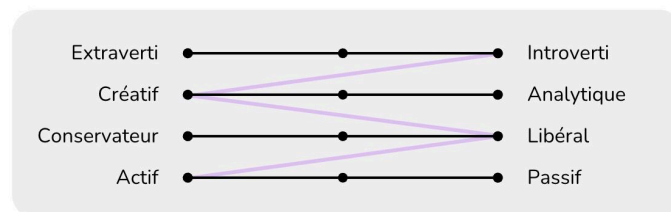
b. Théodore, le créateur



Son identité

- 25 ans, Paris, célibataire
- créateur de prêt à porter haute gamme + intérimaire (25 000 net/an)
- locataire
- le milieu de la mode, milieu assez social, connaît les tendances suivies

Sa personnalité



- Ses valeurs? Excellence artisanale, Créativité, Élégance, Durabilité, Personnalisation, et l'équilibre entre patrimoine et modernité.
- A qui fait-il confiance ? Des artisans locaux pour leur expertise, à des mentors expérimentés pour des conseils, à des collaborateurs créatifs pour valoriser ses collections, à ses clients fidèles qui apprécient ses créations, à des confrères dans le milieu de la mode pour partager des idées, et à des partenaires engagés dans la mode durable pour aligner son éthique avec ses valeurs.

Son histoire

Théodore, 25 ans, est un créateur de prêt-à-porter haut de gamme à Paris, formé à l'École de la Chambre Syndicale de la Couture. Passionné par la durabilité et l'artisanat, il consomme des marques éthiques comme Maison Margiela et Stella McCartney. Il cherche à bâtir une marque reconnue, alliant créativité, tradition et durabilité, mais craint de ne pas percer dans un secteur concurrentiel. Sensible aux enjeux environnementaux, il s'inspire de l'architecture et pratique le yoga pour trouver un équilibre entre ses ambitions créatives et les défis financiers.

Ses objectifs, ses valeurs et ses craintes

Qu'est-ce qui empêche Théodore de dormir la nuit ?

- Ne pas réussir à se faire un nom dans le marché de la Mode
- De ne pas être assez compétitif
- De ne pas pouvoir payer ses factures et financer son train de vie

Quels sont les plus gros challenges auxquels il doit faire face ?

- Trouver un équilibre entre créativité, durabilité et rentabilité
- Résister à la pression

Vers qui Théodore se tourne-t-il pour obtenir des conseils et des informations ?

- Des mentors expérimentés
- Des artisans locaux
- D'anciens camarades
- Des clients fidèles
- Des gens qui partagent ses valeurs

Comment vit-il le changement ?

- Comme une opportunité
- Reste quand même prudent pour ne pas compromettre ses valeurs

Qu'est-ce qui l'empêche ou le presse de changer ?

- D'un côté, il refuse de compromettre ses principes
- Mais la pression du marché le pousse à s'adapter pour rester compétitif

Comment veut-il se sentir après avoir utilisé votre service ?

- Fier d'avoir fait un choix éthique, en accord avec ses valeurs de qualité et de durabilité.
- Il veut être certain que son service soutient une production artisanale et responsable, et lui permet de rester fidèle à sa vision de la mode.

Ses objectifs

Théodore cherche à bâtir une marque de prêt-à-porter haut de gamme, reconnue pour son artisanat et son engagement écologique. Il veut sensibiliser les clients à l'importance de la durabilité, tout en assurant la stabilité financière de son activité.

Ses valeurs

Théodore valorise l'excellence artisanale, la durabilité et l'innovation. Il s'efforce de créer des pièces uniques qui respectent l'environnement et allient tradition et modernité.

Ses craintes

Théodore craint de devoir compromettre ses valeurs pour répondre aux exigences du marché. Il redoute également de ne pas percer dans une industrie compétitive et de faire face à des difficultés financières en tant que créateur indépendant.

Le message marketing

Pour Théodore c'est l'occasion de rejoindre une communauté de créateurs engagés, il gagnera en visibilité et tout ça en étant rémunéré

Pourquoi choisir Loc'Art ?

- **Visibilité et reconnaissance** : Mettez en avant votre marque auprès d'une clientèle sensible à l'éthique et à la qualité.
- **Revenus supplémentaires** : Maximisez l'utilisation de vos créations et diversifiez vos sources de revenus grâce à la location.
- **Engagement durable** : Alignez-vous avec vos valeurs en promouvant une consommation responsable et en participant à une mode qui respecte notre planète.

"Rejoignez-nous et ensemble, faisons de la mode une force de changement !"

Les canaux

- **Les Réseaux Sociaux (insta, tiktok)** : Utilisez Instagram pour publier des photos de créations à louer et des témoignages de clients. C'est un excellent moyen d'atteindre des créateurs comme Théodore qui suivent des tendances visuelles. Les stories et réels peuvent également toucher un public plus large au-delà des abonnés.
- **Pinterest** : Créez des tableaux inspirants pour mettre en avant des collections, des idées de styles et des conseils sur la mode durable, attirant ainsi des créateurs en quête d'inspiration.

- **Magazines de mode** : Investissez dans des publicités et articles dans des revues comme The Good Trade et Vogue, qui attirent un public sensible aux enjeux de la mode éthique et durable.
- **LinkedIn** : Établissez un réseau professionnel en publiant des articles sur l'importance de la durabilité dans la mode. Cela peut capter l'attention de créateurs cherchant à développer des collaborations.
- **Événements et Salons** : Participez à des salons de mode éthique pour rencontrer des créateurs en personne et promouvoir Loc'Art. Organiser des ateliers sur la création durable pour engager la communauté.
- **Publicités ciblées** : Utilisez des annonces sur les réseaux sociaux pour atteindre spécifiquement des créateurs intéressés par la mode durable et la location de vêtements.
- **Email Marketing** : Envoyez des newsletters régulières partageant des nouvelles inspirantes et des conseils sur la mode durable pour entretenir l'intérêt des créateurs.
- **Bouche-à-oreille** : Encouragez les utilisateurs satisfaits à partager leur expérience avec Loc'Art, en leur demandant de publier des photos sur les réseaux sociaux et d'en parler à leur entourage.

5. Empathy Map

Sofia, la business girl

- Ce qu'elle dit ? (extériorisé)
 - "Je n'ai pas les moyens pour avoir une garde robe événementielle de manière permanente"
 - "Je veux pouvoir changer de robes/ tenues pour chaque évènement"
 - "Je préfère consommer de manière écologique éco responsable"
 - "Je n'ai pas le temps de faire du shopping pour ça"
- Ce qu'elle pense ? (petite voix)
 - "J'aime porter des pièces d'exception"
 - "Je me dois de faire attention à mon image"
 - "J'aime impressionner"
 - "Je veux faire sensation !!"
 - "J'ai peu confiance pour acheter sur internet"
- Ce qu'elle fait ?
 - Elle surveille sa consommation
 - Elle recherche des pièces de qualité
 - Elle fait attention à son budget
 - Elle cherche des options abordable
- Ce qu'elle ressent ? (émotion= 1 mot ou 2)
 - Peur du jugement
 - Pression sociale/ obligation
 - Peur de l'échec

Théodore, le créateur

- Ce qu'il dit ? (extériorisé)
 - "Je veux percer dans la mode"
 - "Je veux trouver une source de revenu stable"
 - "Je veux vivre de ma passion"

- Ce qu'il pense ? (petite voix)
 - "J'aimerais pouvoir payer mon loyer"
 - "J'ai peur de pas pouvoir vivre de ma passion"
 - "J'aimerais travailler avec des personnes de confiance"
 - "J'aimerais savoir que des personnes aiment et portent mes créations"

- Ce qu'il fait ?
 - Il travaille beaucoup sur ses créations
 - Il cherche un moyen éco-responsable et durable de vendre ses créations
 - Il cherche des moyens pour créer durablement

- Ce qu'il ressent ? (émotion= 1 mot ou 2)
 - Peur
 - Angoisse
 - Envie de reconnaissance
 - Peur d'être inutile

6. Objectifs

1. Proposer une solution de location ou de prêt de vêtements événementiels de qualité et accessibles.

- **Justification avec Sofia :**
 - Sofia pense : “J’aime porter des pièces d’exception” et “Je veux faire sensation.”
 - Sofia ressent : “Pression sociale/obligation” et “Peur du jugement.”
 - Sofia dit : “Je veux pouvoir changer de robes pour chaque événement.” et “Je n’ai pas les moyens pour avoir une garde robe événementielle de manière permanente”
- En proposant des pièces d’exception pour des événements précis, cette solution permet à Sofia de maintenir son image sans compromettre son budget ni son éthique.

2. Créer une plateforme de confiance mettant en relation créateurs et utilisateurs.

- **Justification avec Théodore :**
 - Théodore pense : “J’aimerais travailler avec des personnes de confiance.” et “J’aimerais savoir que des personnes aiment et portent mes créations.”
 - Théodore ressent : “Envie de reconnaissance”
- **Justification avec Sofia :**
 - Sofia pense : “J’ai peu confiance pour acheter sur internet ”
- Offrir à Théodore un espace pour vendre ou louer ses créations tout en ayant un retour, et à Sofia une source fiable pour accéder à des pièces uniques, tout en réduisant son appréhension vis-à-vis des achats en ligne.

3. Créer une plateforme de location de vêtements écoresponsables.

- **Justification avec Sofia :**
 - Sofia ressent : Une pression sociale pour impressionner tout en maintenant une consommation responsable.
 - Sofia dit : “Je préfère consommer de manière écologique écoresponsable” et “Je veux pouvoir changer de robes/tenues pour chaque événement.”
 - Sofia fait : “Cherche des options abordables” et “Surveille sa consommation.”
- **Justification avec Théodore :**
 - Théodore fait : “Cherche un moyen éco-responsable et durable de vendre ses créations” et “Cherche des moyens pour créer durablement”

- Répondre au besoin de Sofia de porter des pièces d'exception pour chaque événement tout en respectant son souhait de consommer de manière écoresponsable.

4. Mettre en avant les créations de jeunes designers via une plateforme dédiée.

- **Justification avec Théodore :**
 - Théodore pense : “J’aimerais savoir que des personnes aiment et portent mes créations.”
 - Théodore ressent : “Envie de reconnaissance.”
 - Théodore dit : “Je veux percer dans la mode” et “Je veux vivre de ma passion.”
- En exposant les créations sur une plateforme partagée, Théodore peut élargir son audience, recevoir des retours valorisants, et établir une base pour un revenu stable.

5. Garantir un revenu régulier aux créateurs en leur permettant de louer leurs créations

- **Justification avec Théodore :**
 - Théodore pense : “J’aimerais pouvoir payer mon loyer” et “J’ai peur de pas pouvoir vivre de ma passion.”
 - Théodore ressent : “Envie de reconnaissance” et “Peur d’être inutile.”
 - Théodore dit : “Je veux trouver une source de revenu stable” et “Je veux vivre de ma passion.”
- Cette structure permet à Théodore d’avoir une source de revenu stable tout en travaillant dans un cadre motivant. Un modèle de location permettrait de maximiser l’utilisation de ses œuvres, créant une opportunité financière durable pour lui.

7. Liste de fonctionnalités

Fonctionnalités	Bénéfices utilisateurs	V1 V2 V3
Avis / notation	+confiance pour acheter sur internet	V2
Livraison	économise du temps	V1
Option en main propre	+ de confiance, au choix si pas le temps	V2
Faire des offres	adapter la valeur du produit	V2
Location	changer de robes/ tenues pour chaque évènement	V1
Chat créateur/loueur	se rassurer, poser des questions	V3
Géoloc (arrondissement)	savoir vers où habite les créateurs pour le temps de livraison + sentiment de confiance	V2
Réservation	être sûr qu'on puisse avoir un certain article	V1
Recommandation	aide à créer des tenues	V2
Guide de taille + mensurations	être sûr de son achat, + de confiance	V2

Rubrique tendance	être à la pointe de la mode	V1
Filtre	imposer ses conditions et gagner du temps	V1
Filtre → date	fais gagner du temps	V1
Profil créateur	suivre les créateurs qui ont un style qui leur plaît	V3
Newsletter	être tenu au courant des nouveautés dans nos styles favoris	V1
Wishlist	permettre de mettre de côté les robes → prévoir	V1

8. Justification des fonctionnalités par les lois UX

Version 1 (V1)

1. Location :

Loi de Fitts : Les utilisateurs veulent accéder facilement à des options leur permettant de varier leurs tenues ; rendre cette fonctionnalité accessible en priorité faciliterait leur navigation.

Loi de Jakob : Les utilisateurs s'attendent à trouver cette fonction, car elle est commune sur des plateformes similaires.

2. Rubrique tendance :

Loi de Jakob : Les utilisateurs attendent une section qui leur donne une inspiration mode, une pratique courante dans l'industrie du vêtement et des tendances.

Loi de Miller : En sélectionnant une liste concise et pertinente de tendances, vous réduisez la surcharge cognitive des utilisateurs.

3. **Filtre** :

Loi de Hick : Limiter les choix affichés selon des préférences personnelles simplifie la recherche.

Loi de Pareto : Les filtres permettent de se concentrer sur les produits les plus pertinents.

4. **Filtre → date** :

Loi de Fitts : Réduire le nombre de clics nécessaires pour trouver un article disponible sur une période donnée est un gain en efficacité.

5. **Wishlist** :

Loi de Miller : Permettre aux utilisateurs de mettre de côté des articles diminue la charge cognitive, puisqu'ils n'ont pas à tout retenir.

Version 2 (V2)

1. **Avis / Notation** :

Loi de Jakob : Les utilisateurs sont habitués à consulter des avis pour se rassurer avant un achat en ligne.

Loi de Postel : Les avis standardisés structurent les informations pour que les utilisateurs puissent les comprendre rapidement.

2. **Livraison** :

Loi de Pareto : Cette fonctionnalité apporte un maximum de valeur en répondant à l'attente principale des utilisateurs (économiser du temps).

Loi de Hick : Simplifier le processus d'achat pour réduire le temps de prise de décision en incluant une méthode claire pour recevoir les articles.

3. **Option en main propre** :

Loi de Fitts : Cette option réduit l'incertitude et augmente l'accessibilité pour ceux qui souhaitent éviter les délais ou complications de livraison.

4. **Faire des offres** :

Loi de Hick : Permettre des offres personnalisées donne plus de choix, mais en intégrant cela progressivement (V2), vous minimisez la surcharge initiale.

5. **Géoloc (arrondissement)** :

Loi de Pareto : La géolocalisation améliore la confiance et la praticité, ciblant deux besoins fondamentaux (temps et fiabilité).

6. **Réservation** :

Loi de Miller : La réservation simplifie la planification des utilisateurs, leur évitant d'avoir à se rappeler manuellement la disponibilité.

7. Recommandation :

Loi de Hick : Proposer une tenue adaptée réduit les choix à considérer, facilitant la prise de décision.

8. Guide de taille + mensurations :

Loi de Jakob : Cette fonctionnalité est familière et essentielle pour éviter les erreurs dans un contexte d'achat de vêtements.

Version 3 (V3)

1. Chat créateur/loueur :

Loi de Postel : Un canal direct améliore la communication et clarifie les attentes des utilisateurs.

2. Profil créateur :

Loi de Jakob : Les utilisateurs apprécient un profil stylé et personnalisé, ce qui les incite à s'engager davantage avec les créateurs qu'ils aiment.

3. Newsletter :

Loi de Pareto : Mettre en avant des nouveautés dans un style favori cible un segment précis qui souhaite rester informé.

8. Conclusion

Le projet Loc'Art démontre qu'il est possible de réconcilier mode et durabilité en proposant une alternative innovante au modèle traditionnel d'achat. Grâce à une plateforme centrée sur l'utilisateur, Loc'Art s'adresse à deux publics clés : les consommateurs en quête de pièces uniques et écoresponsables, et les jeunes créateurs cherchant à gagner en visibilité tout en générant un revenu durable. En intégrant des principes UX solides, des fonctionnalités pertinentes et une approche stratégique différenciée, nous avons conçu un service capable de se démarquer sur un marché compétitif.

En répondant à la problématique initiale, Loc'Art se positionne comme une solution complète qui combine impact écologique réduit, accessibilité financière et soutien à la créativité. Ce projet, au-delà de son potentiel économique, incarne une vision d'avenir où la mode devient un levier de changement durable et responsable. À travers cette démarche, nous espérons inspirer une nouvelle manière de consommer, plus respectueuse des créateurs, des consommateurs et de la planète.

LIEN FIGMA :

<https://www.figma.com/design/SX6BM199DlIU3nOutGkn4V/Loc'Art?node-id=1-2&t=bx5syuKlNjSrYQk-1>