

# PORTEFOLIO

MANAI Deriene

Chef de projet digital



# Table des matières

*Ce book a pour objectif de vous présenter divers travaux effectués au cours de mes expériences professionnelles et universitaires.*

1- Refonte mobile first du site cogedim-logement.

2 - Refonte de l'écosystème digital du groupe MACSF orienté utilisateurs.

3 - Refonte du site GDF-Suez energies suite au changement de marque.

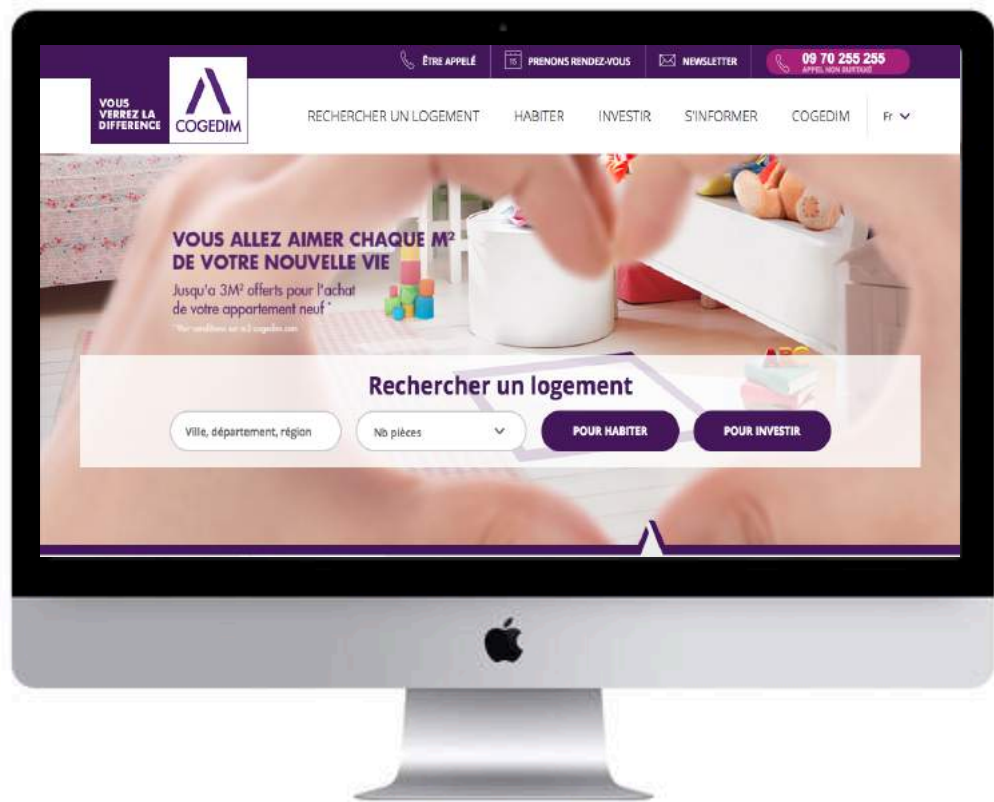
4 - Ajout d'une fonctionnalité à l'application mobile « mes comptes » de BNP PARIBAS.

5 – Réalisation d'une campagne d'affichage pour la marque Vai Vai.

6- Présentation de mon site internet personnel.

7- Réalisation d'une infographie pour le groupe MACSF.

# REFONTE DU SITE COGEDIM EN SITE MOBILE FIRST



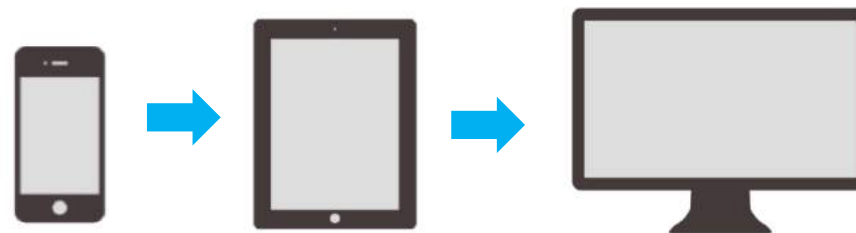
## PROBLÉMATIQUE

Altarea Cogedim est un des leader français de la promotion immobilière.

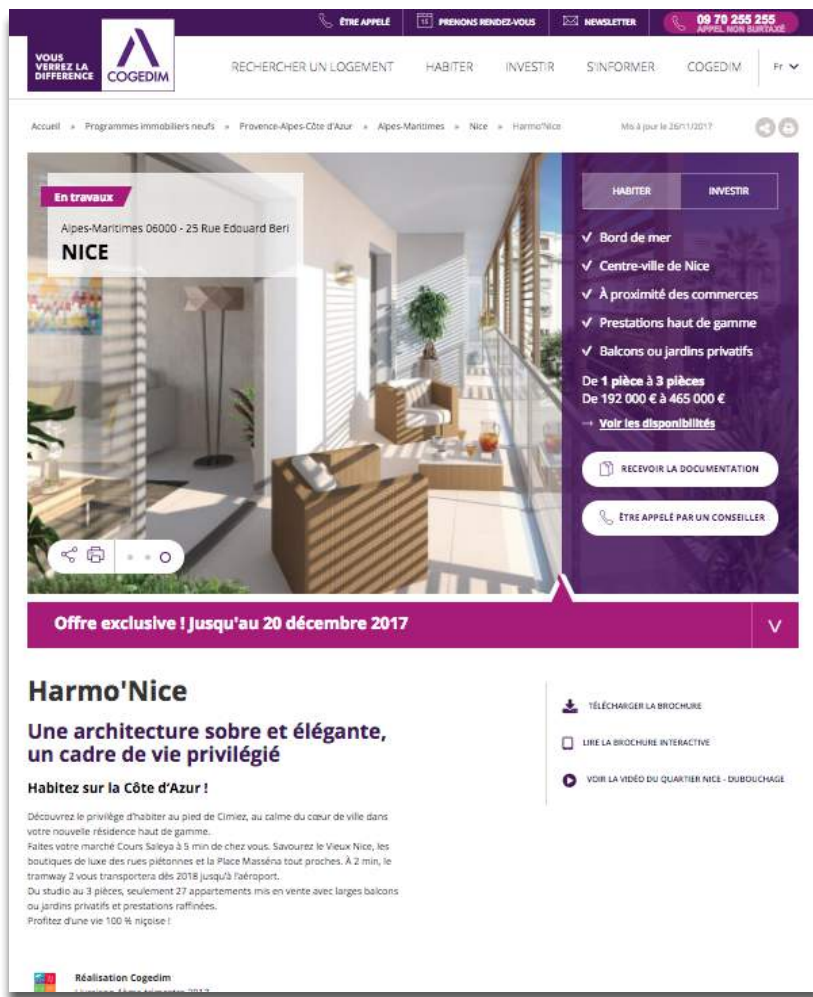
Face aux nouveaux usages, le groupe s'est vite rendu compte que son site actuel n'était plus adapté à ses prospects et ses clients.

**Comment mettre en place un nouveau site adapté au mobile ?**

Le mobile first est l'idée de penser d'abord aux supports mobiles comme moyen de communication.



# REFONTE DU SITE COGEDIM EN SITE MOBILE FIRST



## Nouvelles déclinaisons mobiles

Les nouveaux écrans sont plus agréables à la navigation.

Les contenus ont été allégés et réorganisés pour être plus fluides mais surtout dans une logique de performance d'affichage.



# UN NOUVEAU SITE MOBILE FIRST



## POURQUOI :

60% des visites se font depuis un mobile.

## OBJECTIFS :

-Simplifier le contenu.

-Optimiser la performance de l'affichage du site : 1,5s vs 3,5s

-Augmenter le nombre de formulaires complétés.



# REFONTE DES SITES DE LA MACSF

## PROBLÉMATIQUE

La MACSF est une assurance à destination des professionnels de santé. L'écosystème existant n'était pas cohérent les choix ergonomiques étaient un peu dépassés.

## OBJECTIFS :

Comment unifier l'expérience digitale globale ?

Faire du Digital le point de contact privilégié entre MACSF et ses clients (vente & relation client)

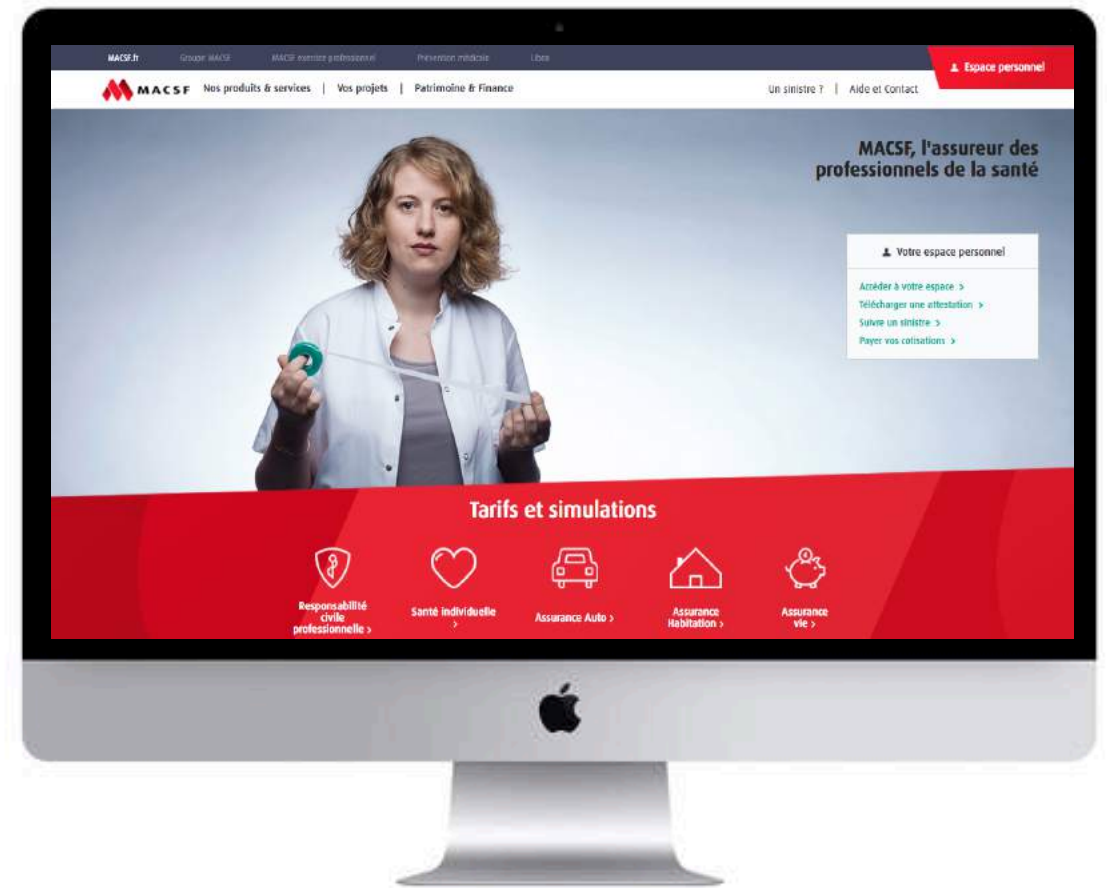
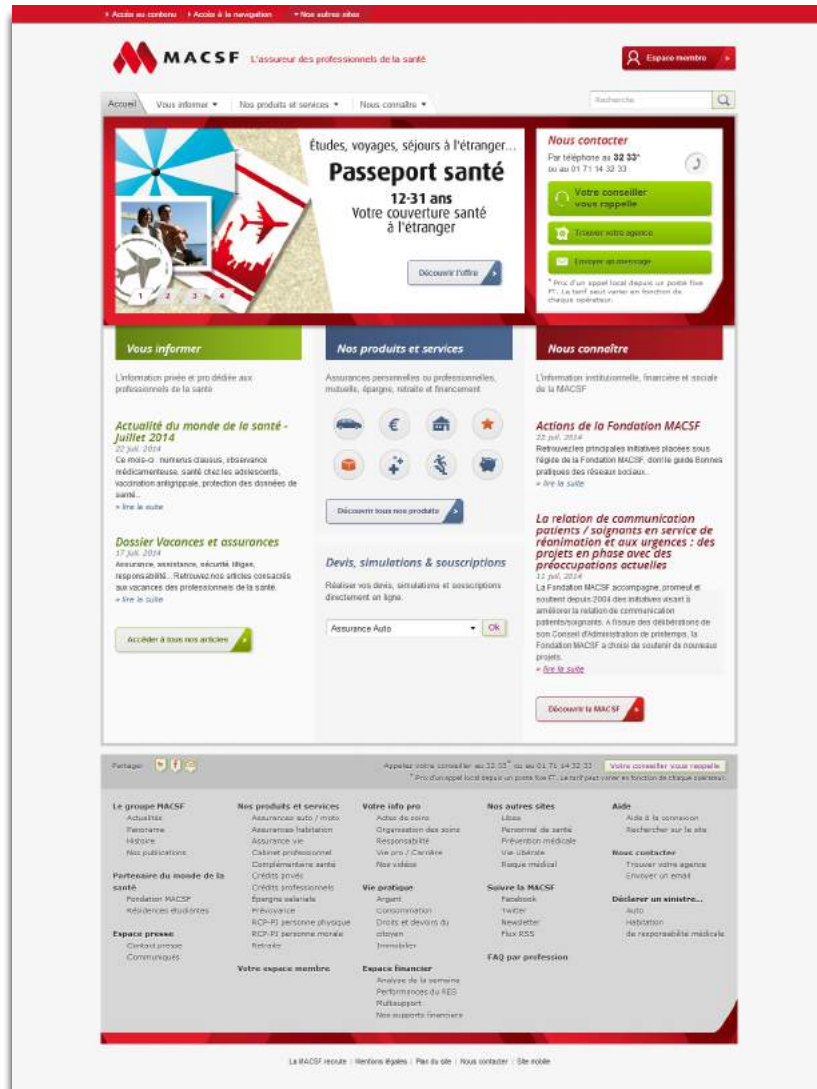
Créer de l'engagement.

Démontrer que la MACSF est l'acteur de référence pour les professionnels de la Santé.



# REFONTE DU SITE VITRINE

DESIGNER L'EXPIÉRIENCE QUI CORRESPOND AUX ATTENTES DES SOCIÉTAIRES



# UN ÉCOSYSTÈME CENTRÉ UTILISATEUR

## CRÉER DE L'ENGAGEMENT

The screenshot shows the MACSF website home page. At the top, there is a navigation bar with the MACSF logo and links for 'Nos produits & services', 'Nos projets', 'Patrimoine & Finance', 'Un service ?', 'Aide et Contact', and 'Espace personnel'. Below the navigation bar, the main heading is 'Nos produits & services'. There is a red banner with the text 'Devis rapide et gratuit' and a dropdown menu for 'Responsabilité civile professionnelle'. The page is divided into two main sections: 'Nos produits' and 'Nos services'. 'Nos produits' includes icons for 'Auto & Moto', 'Santé & Prévoyance', 'Vie professionnelle', 'Epargne & Retraite', 'Habitation & Loisirs', and 'Crédit'. 'Nos services' features an icon of a box and the text 'Être sociétaire MACSF, ce n'est pas seulement être bien couvert en cas de sinistre. C'est aussi une large gamme de services pour vous accompagner au quotidien.' Below this, there is a button 'Découvrez nos services'. At the bottom, there is a footer with 'Nos produits et services', 'Besoin d'aide ?', and 'Suivez-nous sur' with social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

The screenshot shows the MACSF user login page. At the top, there is a navigation bar with the MACSF logo and links for 'Contrats', 'Documents', 'Informations personnelles', 'Offres', and 'Aide & Contact'. Below the navigation bar, the main heading is 'ACCÈS À VOTRE ESPACE PERSONNEL'. The login form includes fields for 'Identifiant' (with a value of 7104504 and a link 'Je n'ai pas mon identifiant >'), a checkbox for 'Mémoriser mon identifiant', and 'Code secret' (with a link 'Je n'ai pas mon code secret >'). There is a numeric keypad and a 'Connexion' button. To the right of the login form, there is a section titled 'Grâce à votre espace dédié, vous allez pouvoir :'. Below this, there are three bullet points: 'Effectuer vos démarches en ligne, facilement et rapidement.', 'Suivre vos remboursements', and 'Economiser du temps et du papier.'. At the bottom, there are three sections: 'Besoin d'aide ?' with links 'Les fonctionnalités >' and 'La FAQ >', 'Vos autres espaces' with links 'Carte bancaire MACSF >', 'Epargne salariale >', 'Télésurveillance Prévention habitat >', and 'Télésurveillance Prévention pro >', and 'Sécurité' with links 'Notre politique >' and 'Utilisation des cookies >'. At the bottom of the page, there is a footer with '© MACSF Sécurité | cookies'.

Comprendre comment engager les sociétaires

Pourquoi devenir client MACSF ?

Comprendre ce qu'ils veulent pour les « engager ».

Pourquoi activer mon compte ?

Pourquoi utiliser régulièrement les services en ligne MACSF ?



# UN ÉCOSYSTÈME CENTRÉ UTILISATEUR

## ARTICULATION AUTOUR DES MOMENTS DE VIE



# REFONTE SUITE A UN CHANGEMENT DE MARQUE



## PROBLÉMATIQUE

Dans le cadre du **changement de marque**, **ENGIE souhaite refondre** son site : [gdfsuez-energiesfrance.com](http://gdfsuez-energiesfrance.com).

Comment mettre en place un nouveau site en cohérence avec la **nouvelle stratégie de marque** ?

Que faire du contenu et des éléments sous l'ancienne marque et **comment les organiser** ?

# NOUVELLE HOME PAGE DU SITE



Approche UX : une entrée sur le site par persona et par marché





# EXEMPLE D'UNE PAGE MARCHÉ

The screenshot shows the ENGIE website interface. At the top left is the ENGIE logo with the tagline 'entreprises & collectivités'. To the right are navigation links for 'ALPENERGIE', 'ESPACE CLIENT', a search icon, and a 'MENU' button. Below the logo are icons for 'GAZ', 'ÉLECTRICITÉ', and 'PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE'. The main header features a large image of modern apartment buildings with the text: 'Des offres d'énergie et de services pensées pour les besoins spécifiques des syndics et des copropriétés'. A horizontal navigation bar below the image lists categories: 'COLLECTIVITÉS LOCALES', 'TERTIAIRE PUBLIC', 'BAILLEURS SOCIAUX', 'SYNDICS ET COPROPRIÉTÉS' (highlighted in green), 'TERTIAIRE PRIVÉ', 'INDUSTRIE', and 'PME'. Below this is a sub-navigation bar with 'Accueil', 'Syndic', and 'Copropriétaire' (highlighted in green). A breadcrumb trail reads 'ENGIE > Syndics et Copropriétés'. The main content area has a large blue heading: 'L'énergie est le principal poste de charges d'une copropriété.' and a sub-heading: 'ENGIE met à votre disposition toute son expertise pour vous aider à choisir la meilleure offre de gaz naturel et d'électricité.'

# UN SITE RESPONSIVE

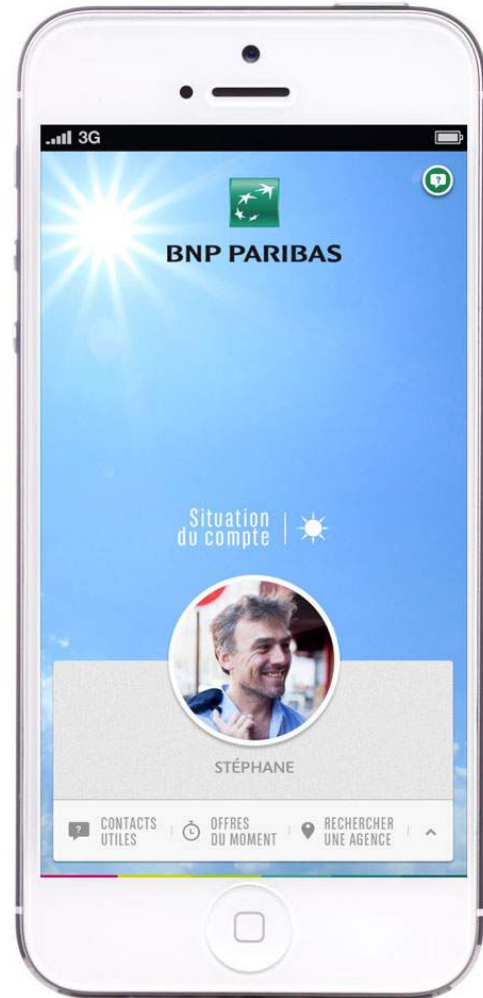




# EXEMPLES DE GABARITS DE PAGE



# AJOUT D'UNE FONCTIONNALITÉ À UNE APPLICATION



## PROBLÉMATIQUE

BNP Paribas souhaite proposer à ses clients une nouvelle expérience utilisateur permettant de commander un chéquier depuis l'application mes comptes.

**Pourquoi :** C'est un besoin réclamé par les clients sur les réseaux sociaux.

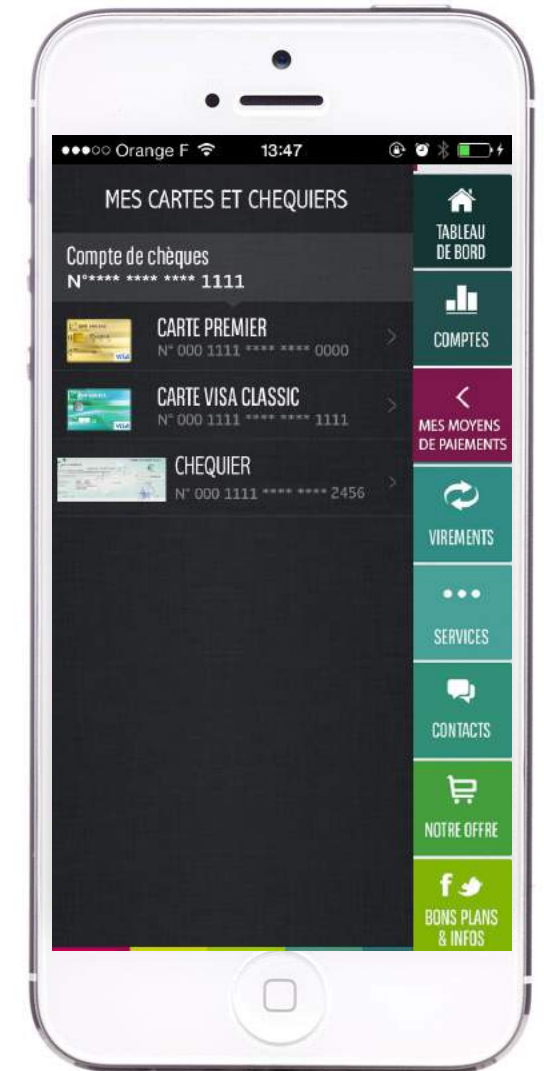
# AJOUT D'UNE FONCTIONNALITÉ À UNE APPLICATION



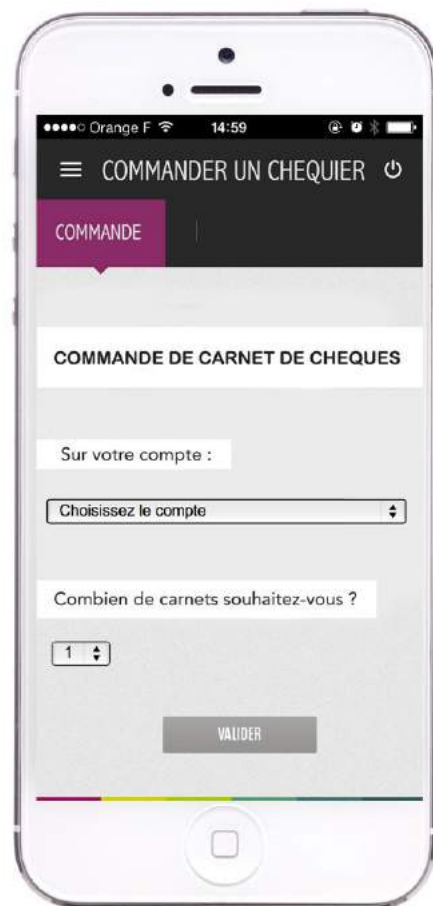
Le bouton « MES CARTES » a été modifié au profit d'une nouvelle dénomination plus générique permettant d'inclure un chéquier.



Le titre a été modifié et permet aux clients de retrouver l'ensemble de leurs moyens de paiement.  
Un visuel de chéquier a été inséré.

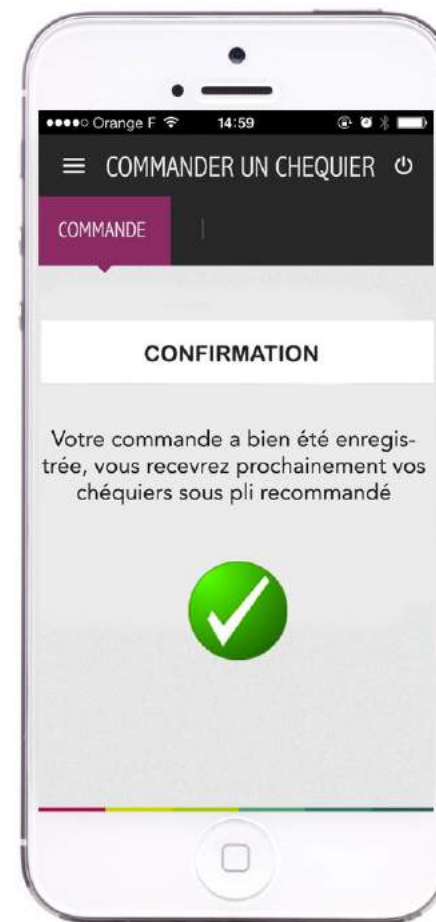


# SCENARIO DE LA COMMANDE





# SCENARIO DE LA COMMANDE





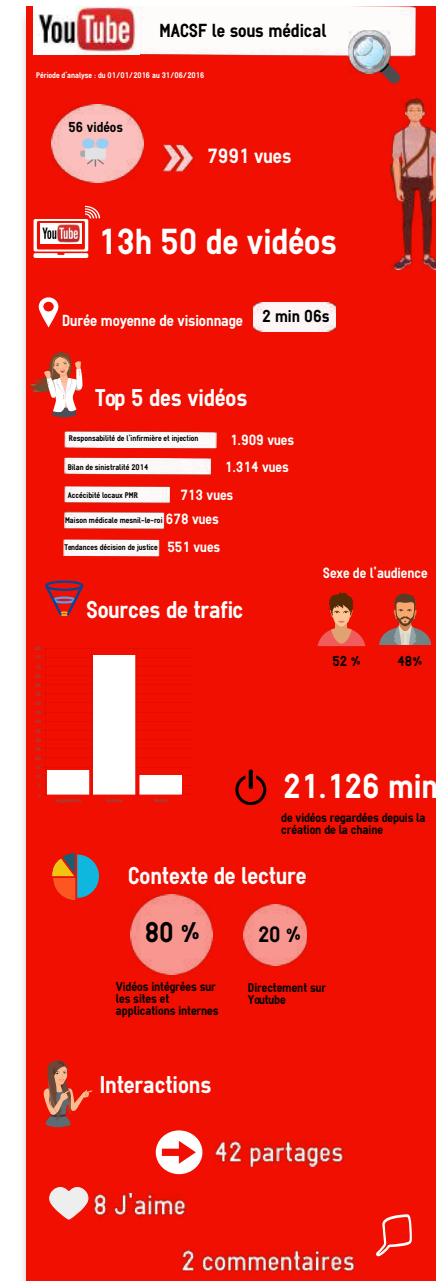
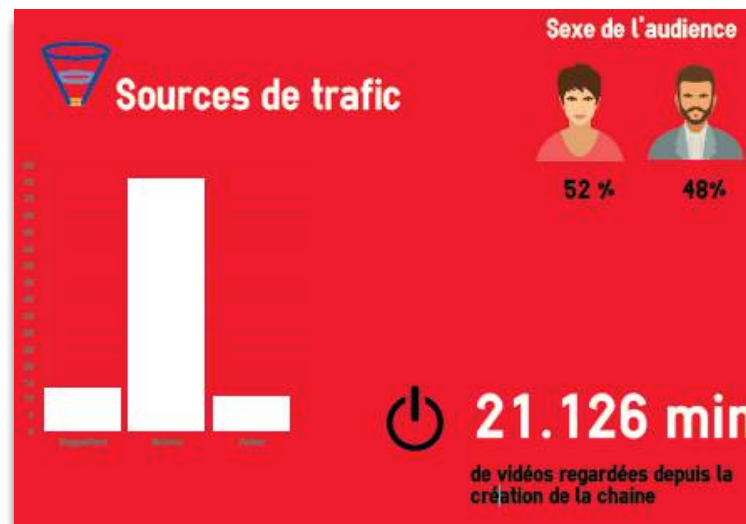
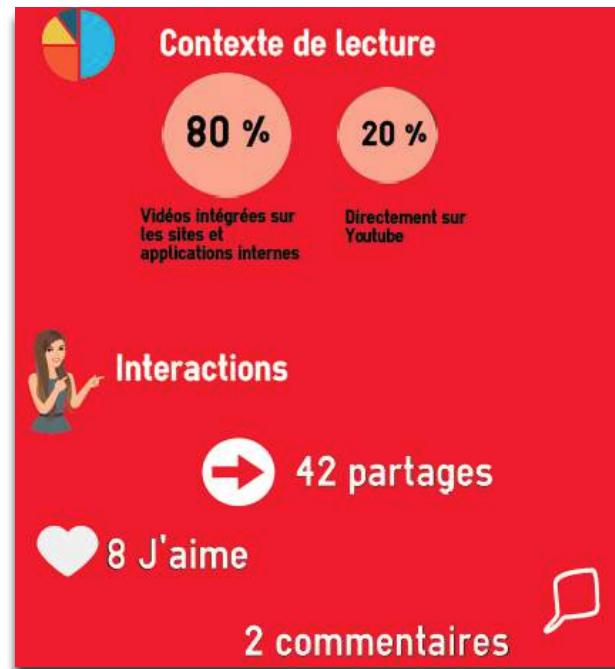
# MES AUTRES RÉALISATIONS



## PROBLÉMATIQUE

Vaiï Vaiï est une jeune start-up française qui souhaite se faire connaître et développer une nouvelle campagne de communication d'affichage.

# INFOGRAPHIE



# PORTEFOLIO

---

MANAI Deriene

Chef de projet digital

