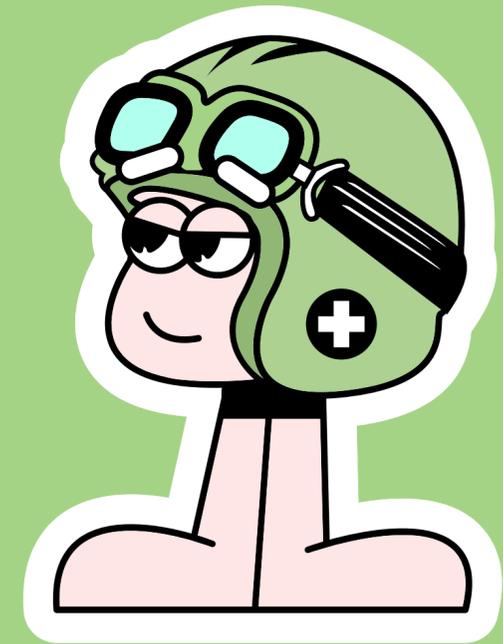


DOC2

DOC2

WHEELS



SIMPLICITÉ

RAPIDITÉ

EFFICACITÉ

SOMMAIRE



PRÉSENTATION DU PROJET



OBJECTIFS DU PROJET



ORGANISATION



ANALYSE DE L'EXISTANT



NOTRE VISION

PRÉSENTATION DU PROJET



PRÉSENTATION

DU PROJET



Réparation mobile → Intervention à domicile, au bureau ou sur la route.

Prise en charge rapide → Évite les longues attentes en atelier et réduit les coûts.

Application intuitive → Simplifie l'entretien de votre deux-roues.

Service pratique, flexible et efficace → Roulez en toute sérénité !

OBJECTIFS

DU PROJET



Création d'une identité visuelle



Concevoir une application permettant :

- La prise de rendez-vous en ligne.
- La génération automatique de devis et factures.
- L'envoi de photos et de rapports d'intervention.
- Un canal de communication direct avec les mécaniciens pour obtenir des conseils et suivre les interventions.
- L'intégration de tutoriels pour les réparations simples.



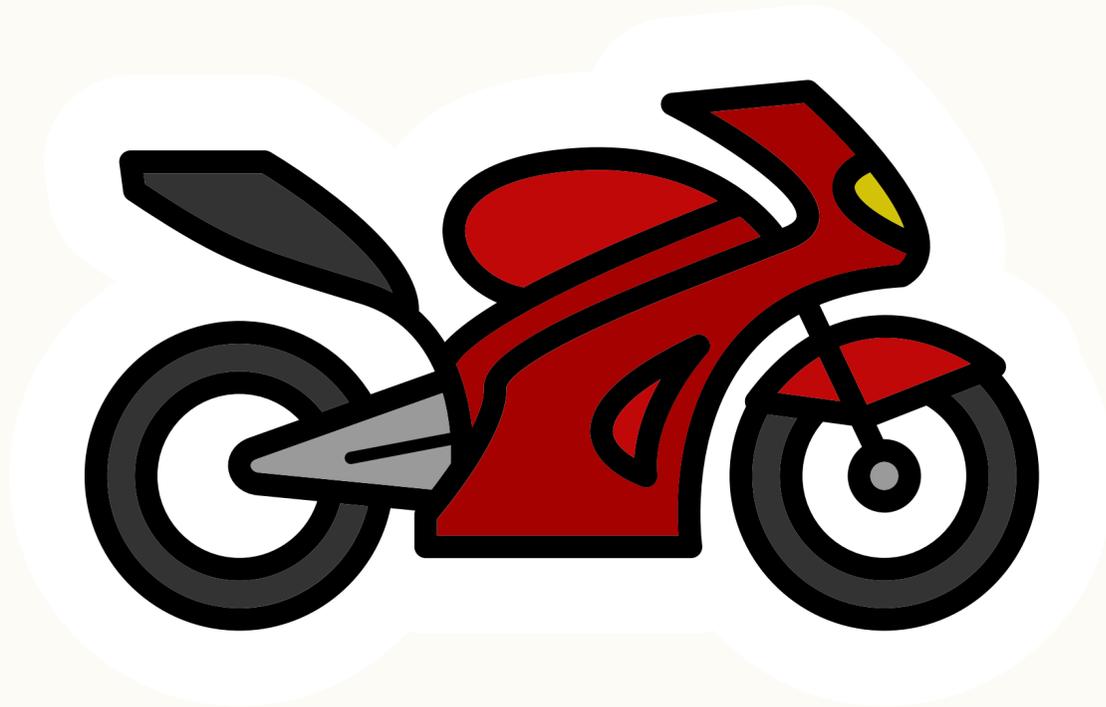
Développer un business model viable incluant des ateliers mobiles via des camions personnalisés pour répondre aux urgences des clients.

ORGANISATION



ORGANISATION

DU PROJET



Atelier d'idéation



Répartition des tâches



Création du cahier des charges

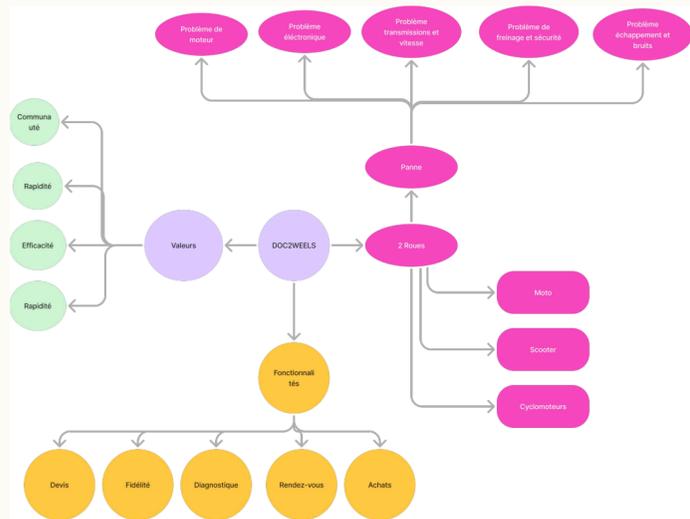


Réunions de suivis de projet régulier

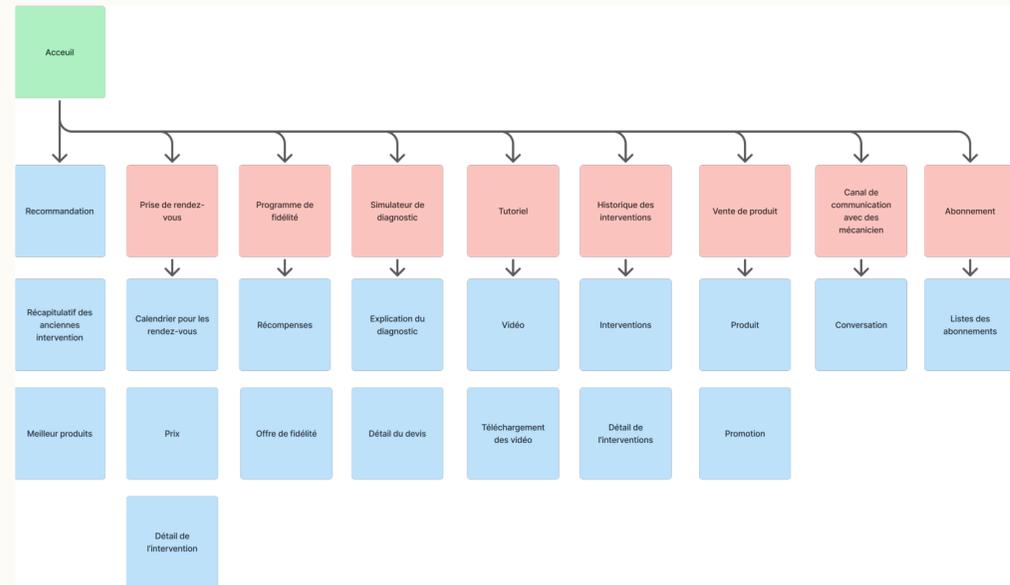
IDÉATION

DU PROJET

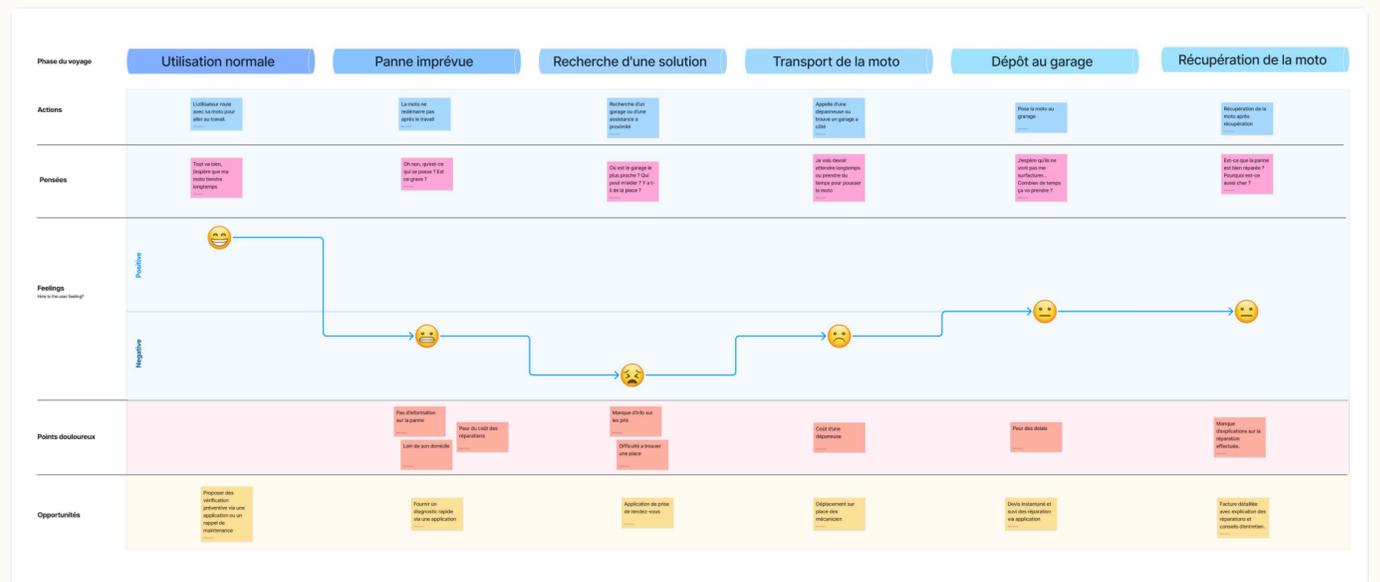
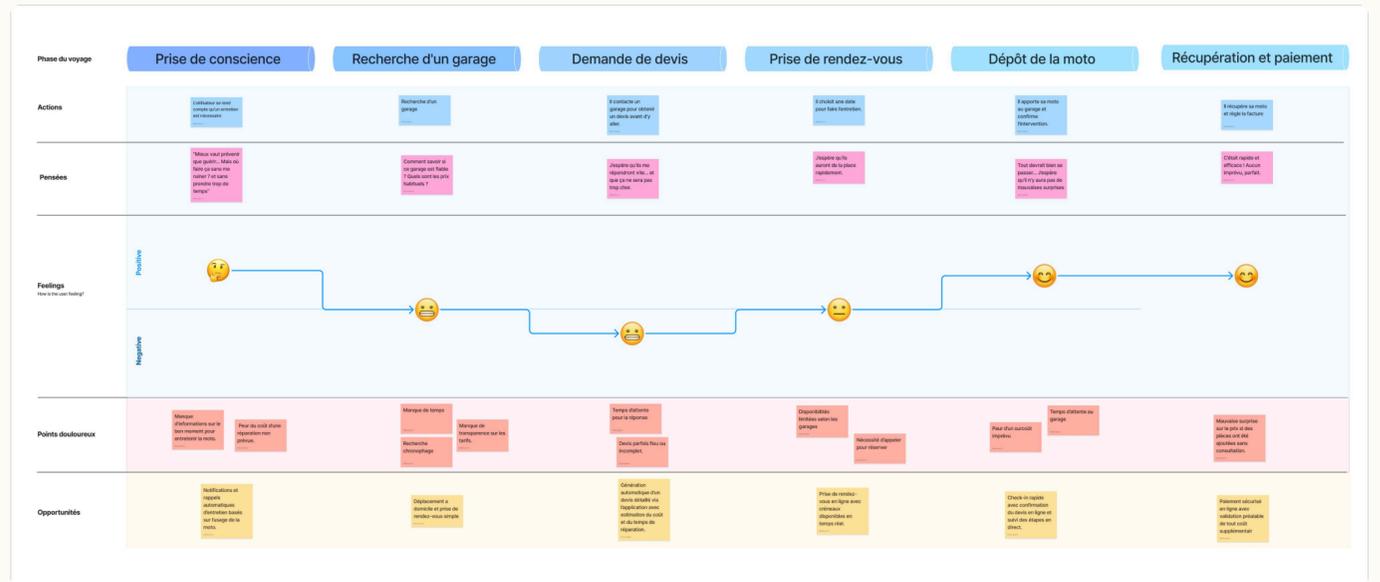
Mind map



Site maps



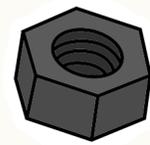
Expérience map de l'actuelle



CAHIER DES CHARGES



Présentation de l'entreprise



Situation actuelle



Présentation du projet



Business modèle



Tableau de faisabilité



Application

WHEELS Cahier des Charge Doc2Wheel

4.3. Publicité et partenariats

Intégration de publicités ou recommandations ciblées dans l'application :

- Assureurs moto/scooter (offres groupées avec abonnement).
- Fabricants d'accessoires (casques, vêtements).

4.4. Objectif

Notre objectif principal est d'atteindre un volume significatif d'utilisateurs, avec un objectif initial de 50 000 utilisateurs, afin de garantir une rentabilité durable. Plutôt que de baser notre modèle sur des prix élevés, nous misons sur une stratégie de volume, en rendant le service accessible à un large public grâce à des tarifs compétitifs.

À moyen et long terme, l'expansion dans d'autres grandes villes permettra d'élargir considérablement notre bassin d'utilisateurs potentiels, en répondant aux besoins similaires des motards et scooteristes dans ces zones urbaines. Cette approche nous offrira une opportunité de croissance scalable et renforcera notre position comme référence incontournable pour la réparation mobile de deux-roues.

De plus, l'effet de réseau généré par une base d'utilisateurs élargie favorise des partenariats stratégiques (assurances, fabricants, flottes professionnelles) et des économies d'échelle, renforçant notre modèle économique.

5. Tableau de faisabilité

Activité	Début	Fin	Statut	Commentaires
...

8/10

WHEELS Cahier des Charge Doc2Wheel

3.2. Nos cibles

Il existe plusieurs cibles à ce projet. Nous avons d'abord les motards en milieu urbain ou périurbain qui sont souvent confrontés à des contraintes de temps, mais aussi de budget. Ils cherchent des solutions rapides et pratiques afin de réparer leur moto sans devoir passer par des étapes longues et coûteuses, comme appeler un dépanneur ou attendre des jours pour la réparation. De plus, nous avons jugé bon de viser en premier lieu les grandes villes telles que Paris qui concentrent un grand nombre de motards ou d'usagers qui dépendent de leur véhicule. Cela crée un marché potentiel significatif, avec des besoins réguliers et une forte demande pour des services rapides et économiques. En ciblant des personnes qui n'ont ni le temps, ni de trop gros moyens pour des réparations traditionnelles, la marque se positionne comme une solution plus pratique et abordable que les options conventionnelles. Cela va attirer le client.

3.3. Objectifs fonctionnels

Les objectifs fonctionnels finaux de ce projet sont :

- Une identité visuelle qui comprend un logo, des couleurs et des typographies minutieusement choisis afin de correspondre au mieux aux valeurs que nous souhaitons transmettre, mais aussi, une identité visuelle qui parle à nos utilisateurs.
- Création d'un parcours utilisateur et d'une architecture UX, afin que nos utilisateurs aient la meilleure expérience possible sur notre site.
- Une application avec un système de prise de rendez-vous en ligne et de gestion des interventions pour la réparation de deux-roues.
 - Un système de génération de devis et de factures automatisée.
 - Un canal de communication direct avec les mécaniciens pour obtenir des conseils et suivre les interventions.
 - Un système de tutoriel intégré pour certaines réparations simples ce qui permettra à l'utilisateur.
 - Un système d'historique des interventions.
 - Un système de suivi en temps réel du camion-atelier.
 - Un système de support multi-langues.
 - La gestion d'un abonnement.
- Une campagne de communication, qui contient de la stratégie et des visuels print ou encore réseaux sociaux et publicités pour attirer un maximum d'utilisateurs et pour pouvoir générer cet esprit de communauté.

Dans le cadre du développement du format vidéo, nous proposons des rendus en Motion design très travaillés, tels qu'une vidéo de présentation détaillée du camion-atelier ou encore des motion design pour nos réseaux sociaux afin d'encore plus donner vie à la marque.

4/10

WHEELS Cahier des Charge Doc2Wheel

1. Présentation de l'entreprise

1.1. Identité et valeur de l'entreprise

Doc2Wheels est le fruit d'une idée de deux amis motards Emeric et Daniel, à la vue d'un autre collègue motard en panne en bas de l'immeuble de l'un des deux. Plus tard rejoints par un troisième, Clément, ils décident de mener leur projet à bien et de monter leur propre entreprise, Doc2Wheels !

Chaque conducteur de deux-roues qui se respecte est déjà passé par un garage ou concessionnaire pour une panne ou une réparation. Tout le monde sait que, en deux-roues, ce moment est plutôt fastidieux. Très rarement, un véhicule de prêt est proposé ou tout simplement disponible, sans véhicule pendant toute une journée ou plus. Devoir déposer son deux-roues puis aller le chercher. Que de galères ! Et si c'est une panne d'urgence ?! Assurance ou pas, c'est une galère !

Mais plus de panique, comme une évidence, nous voilà.

Nous sommes une entreprise qui partage des valeurs en lien avec le monde de la moto tel que l'esprit communautaire, la rapidité et la liberté.

Afin de mettre au mieux en avant nos valeurs et surtout de répondre aux différentes problématiques que nous avons identifiées, nous avons réfléchi à un concept adapté qui sera différent d'un garage classique, car ce n'est plus la moto qui vient au garage, mais le garage qui vient à elle.

C'est pourquoi, dès le lancement, une flotte de mécaniciens sera chargée de répondre aux interventions dites "d'urgence". Ces mécaniciens seront épaulés par un camion "Atelier-Mobile" qui sera chargé de répondre aux interventions classiques qui nécessitent une levée du deux-roues. Pour finir, nous aurons à notre disposition une camionnette tout équipée afin de pouvoir répondre à des réparations moins délicates, mais qui sera idéal pour rentrer dans votre sous-sol.

L'EXPERT DES DEUX ROUES QUI VIENT À NOUS

1.2. Concurrences

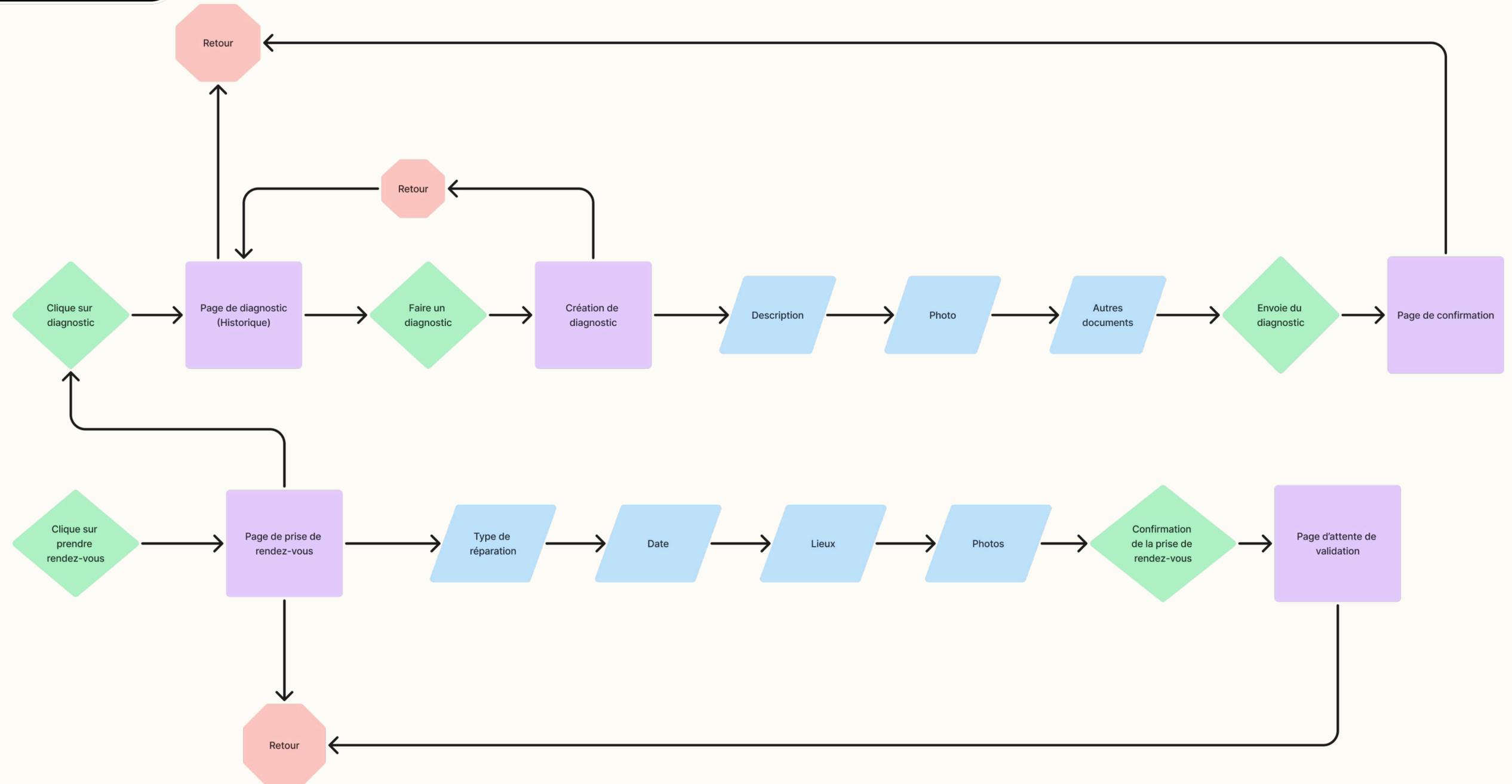
Nous n'avons pas de concurrent direct, cependant, il existe des concurrents indirects tels que les chaînes de réparations moto comme Dafy ou encore la Clinique du scooter. Toutefois, ce marché possède plus d'indépendants que de grandes chaînes.

De plus, de manières générales, les conducteurs de moto font directement appel au constructeur pour réparer leur véhicule.

4/10

USER FLOW

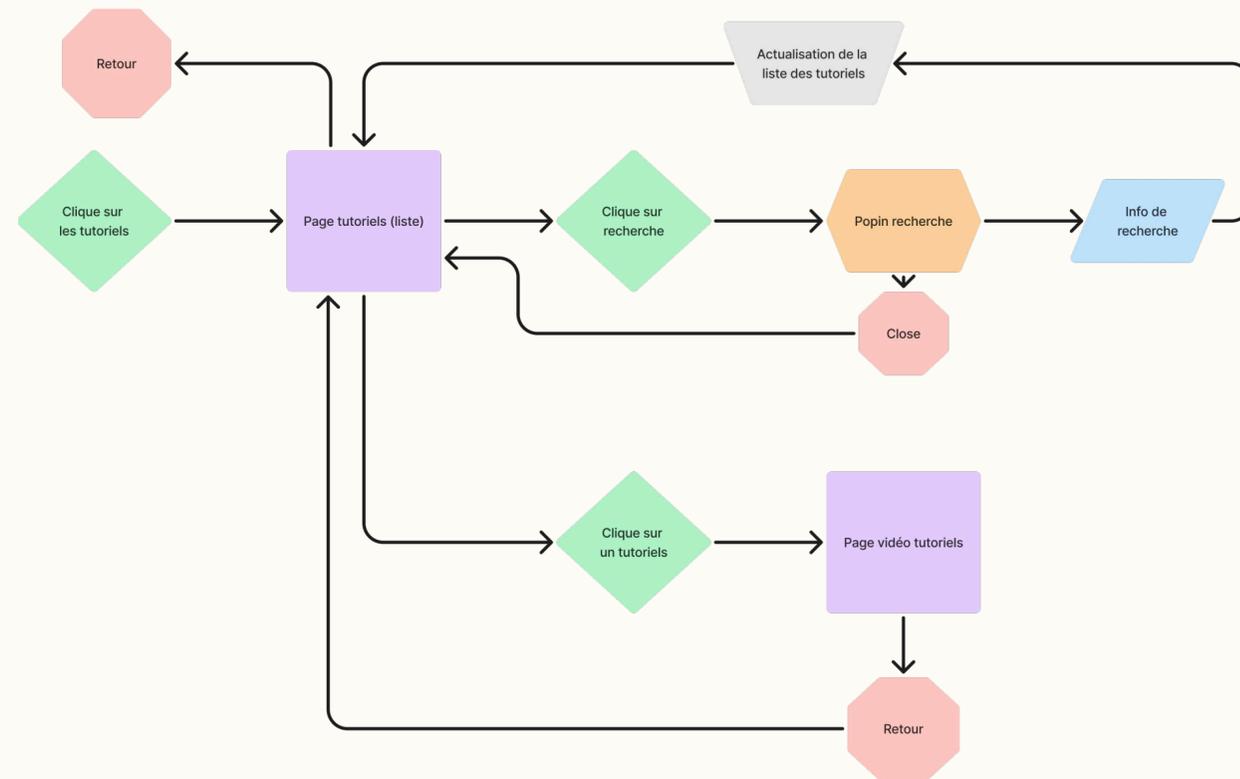
DIAGNOSTIC & RENDEZ-VOUS



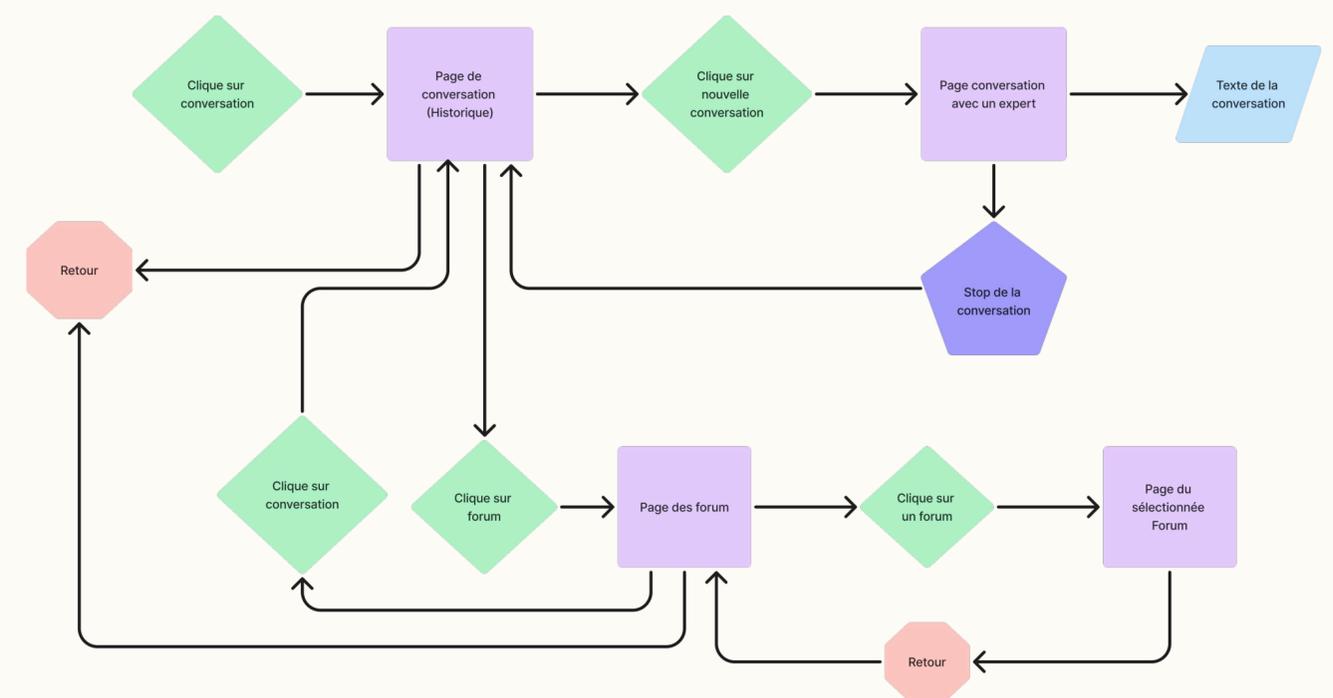
USER FLOW

TUTORIEL & CONVERSATION

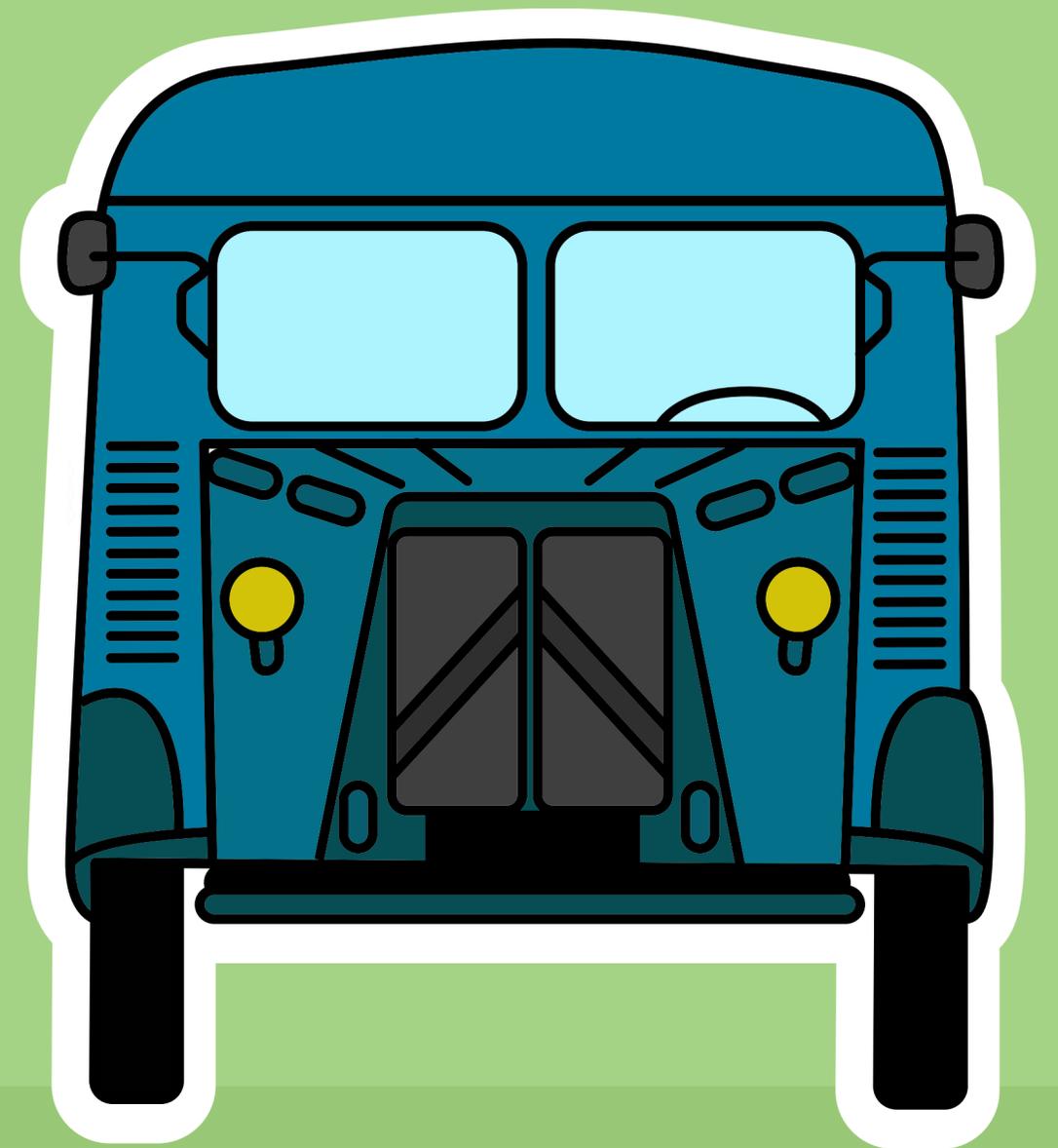
Tutoriel



Conversation



ANALYSE DE L'EXISTANT



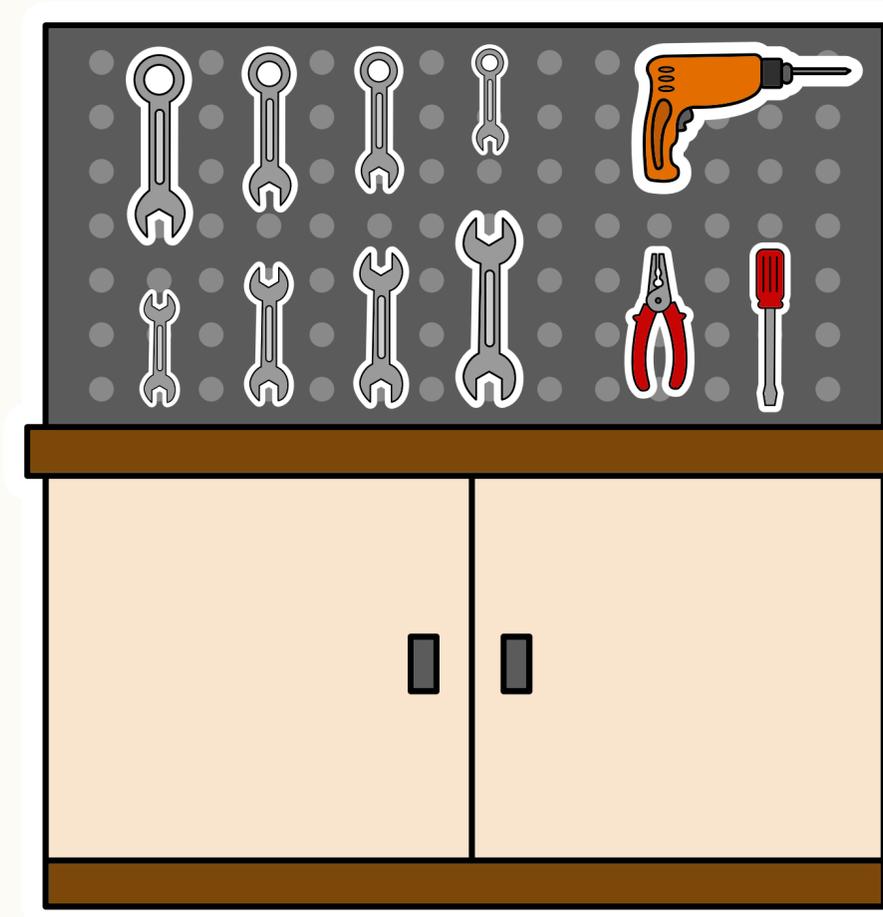
CONCURRENTS

DIRECT & INDIRECT

Pas de concurrent direct.

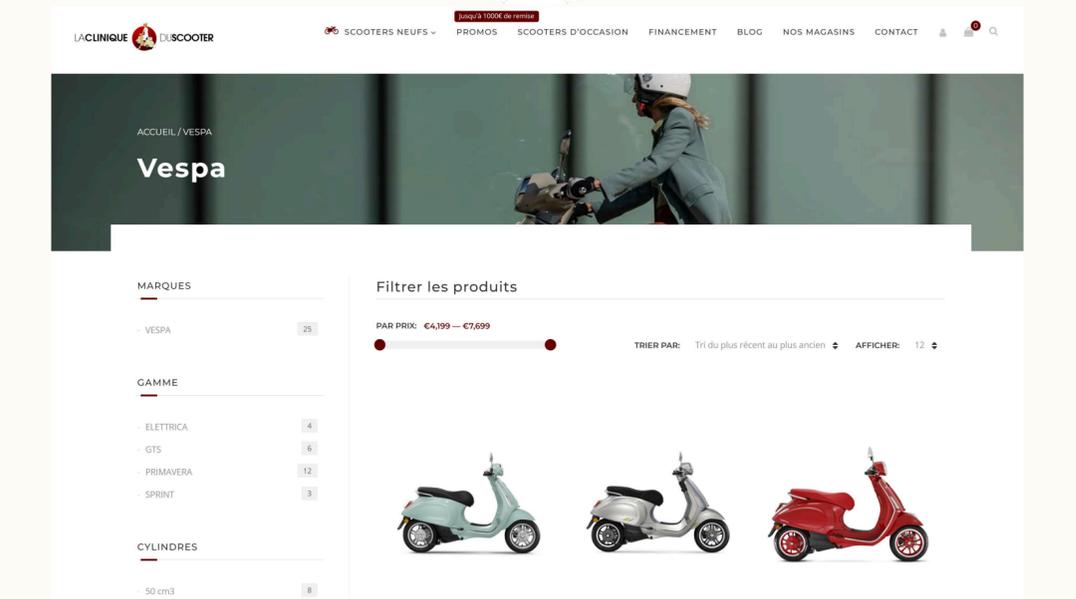
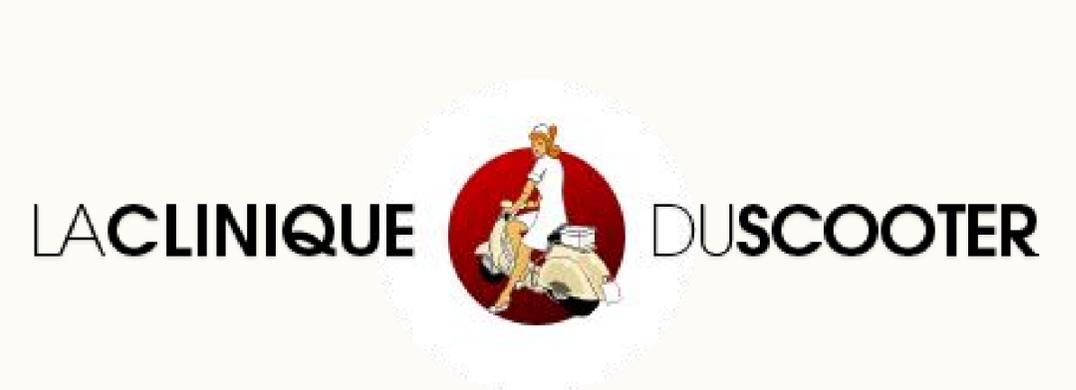
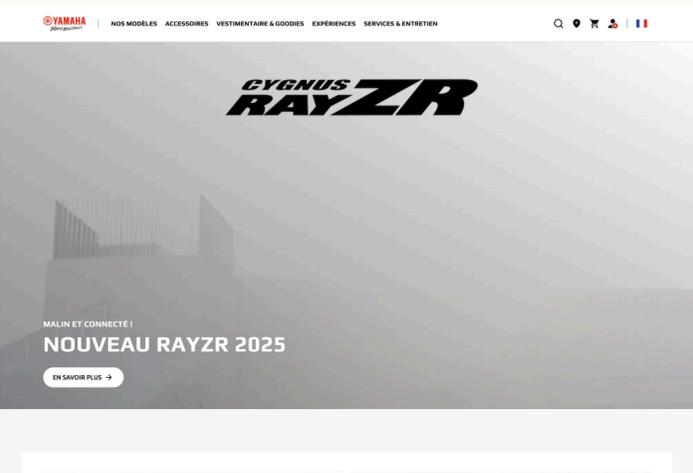
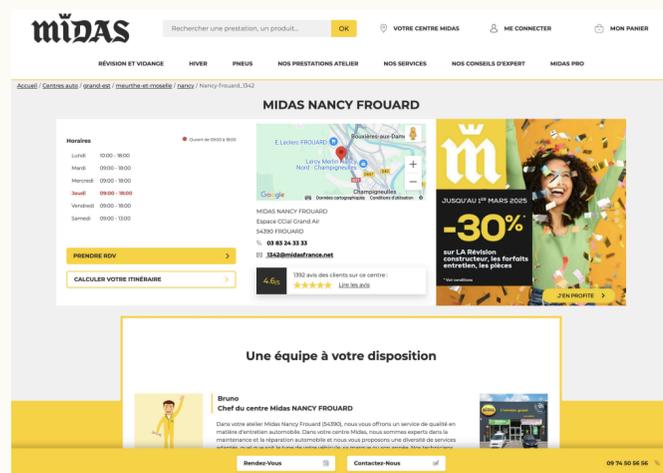
Concurrent indirects :

- Chaînes de réparation moto (Dafy, la Clinique du Scooter),
- Réparateurs indépendants
- Constructeur



VEILLE DES CONCURRENTS

GARAGES



NOTRE VISION



NOTRE VISION

Une marque accessible à tous, qui s'affranchit des clichés des motards extrêmes et met en avant l'esprit de communauté.



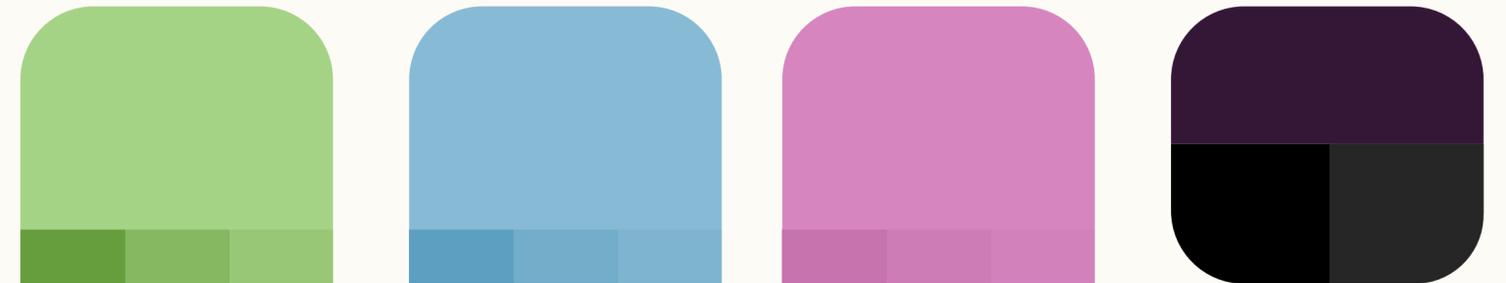
IDENTITÉ VISUELLE

APERÇU

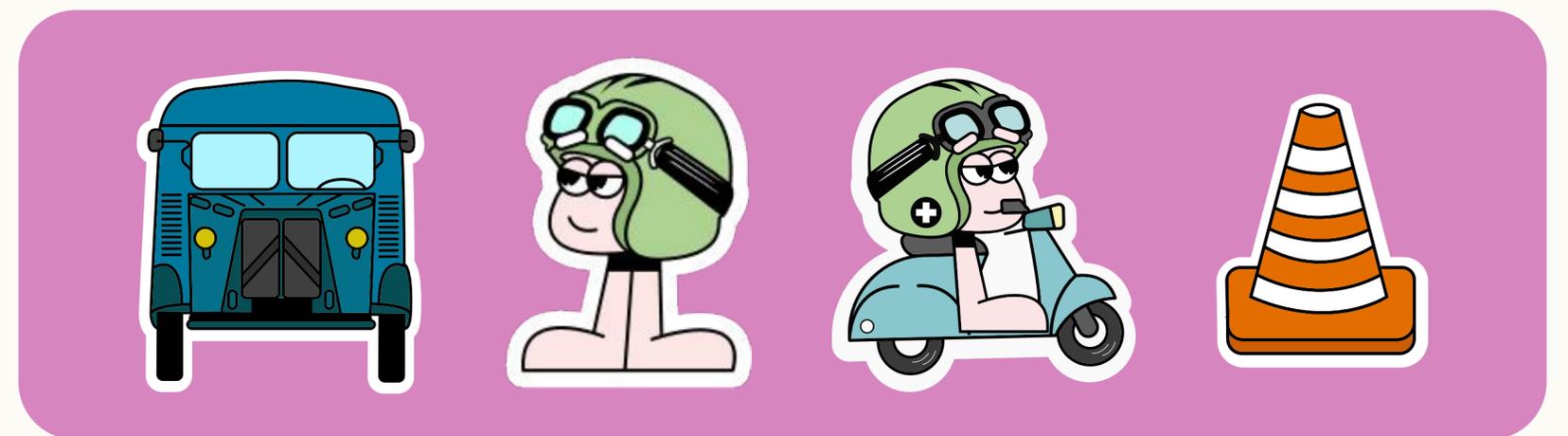
LOGO



COULEURS



GRAPHIQUE

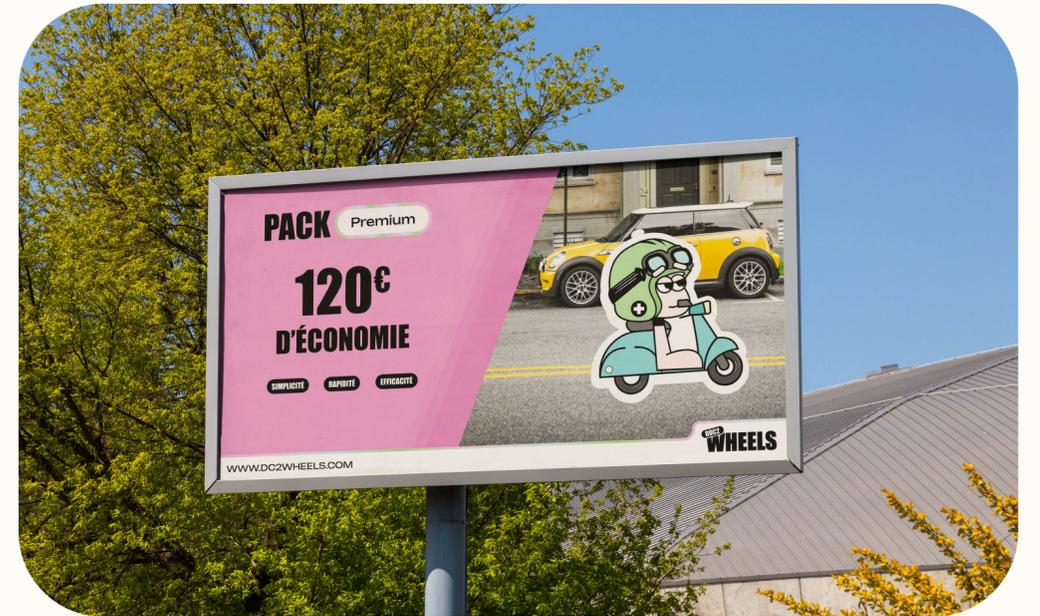
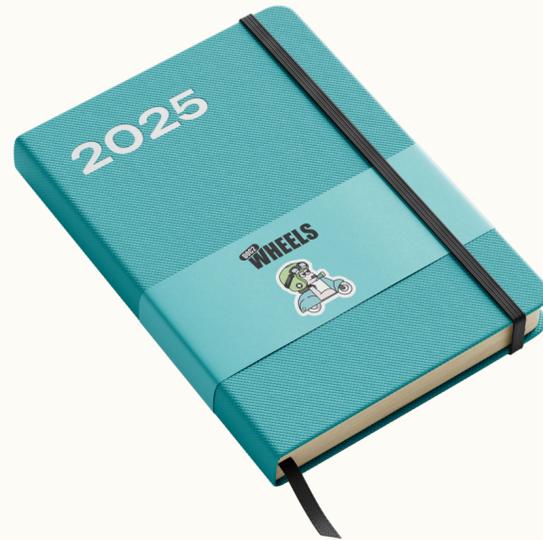


TYPOGRAPHIES



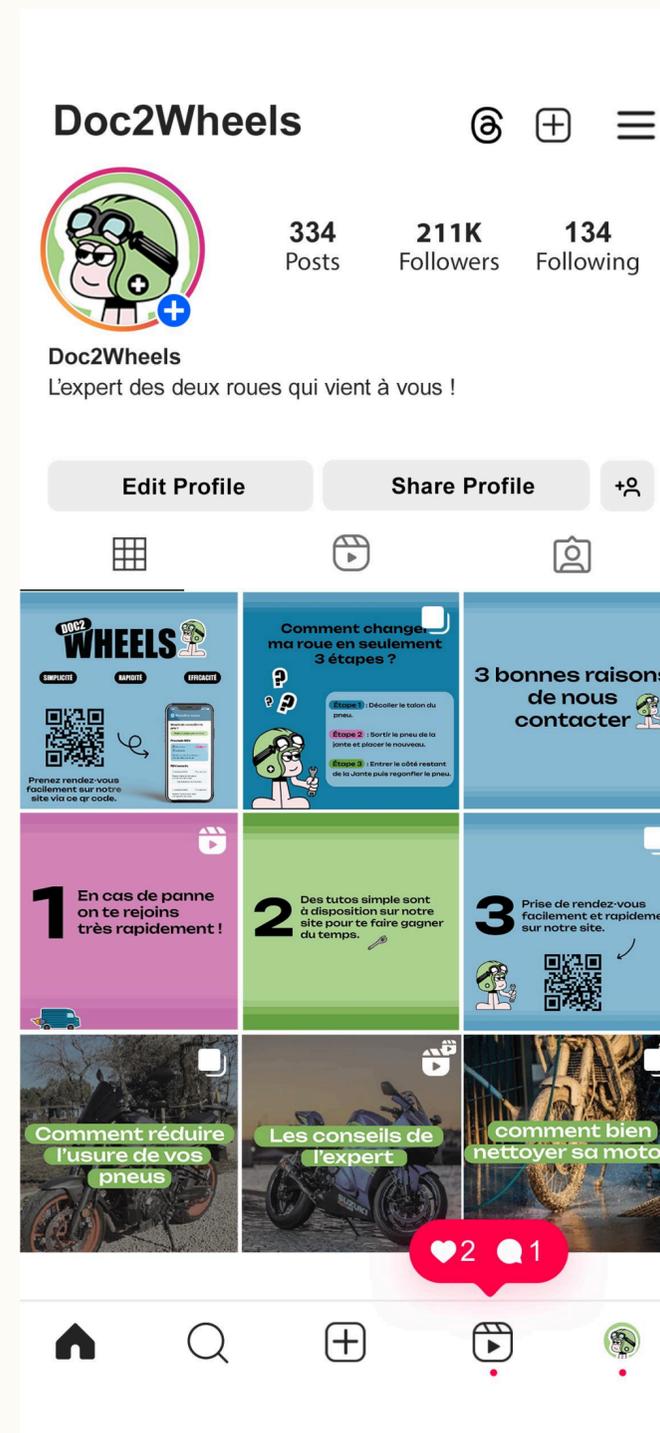
IDENTITÉ VISUELLE

MISE EN APPLICATION



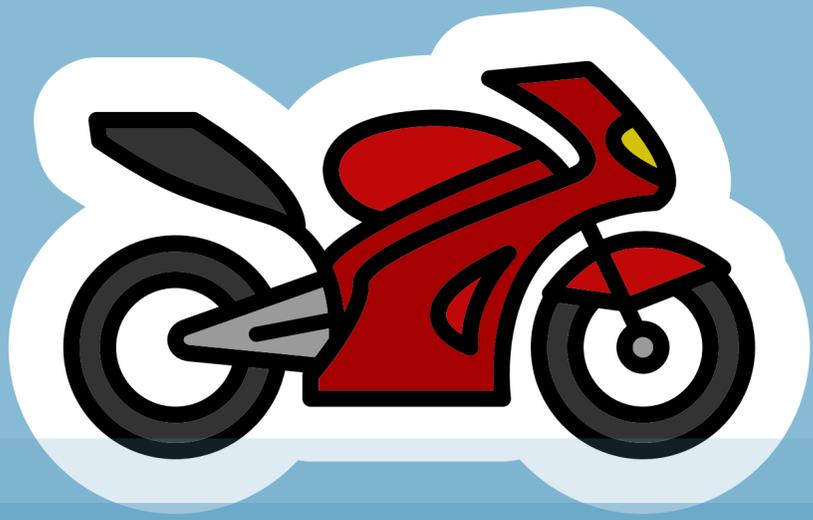
COMMUNICATION

INSTAGRAM





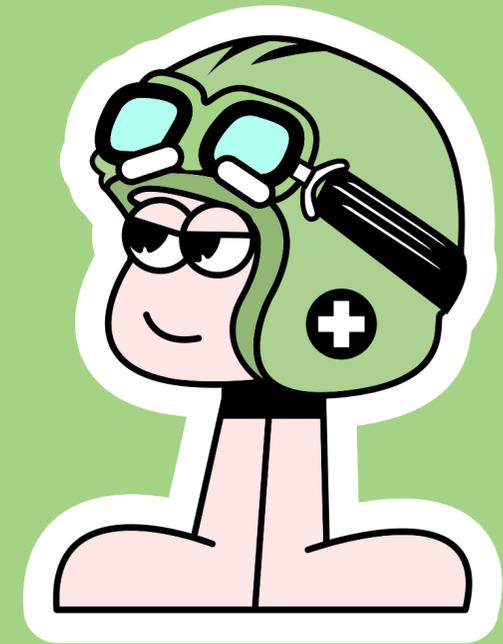
CONCLUSION



DOC2

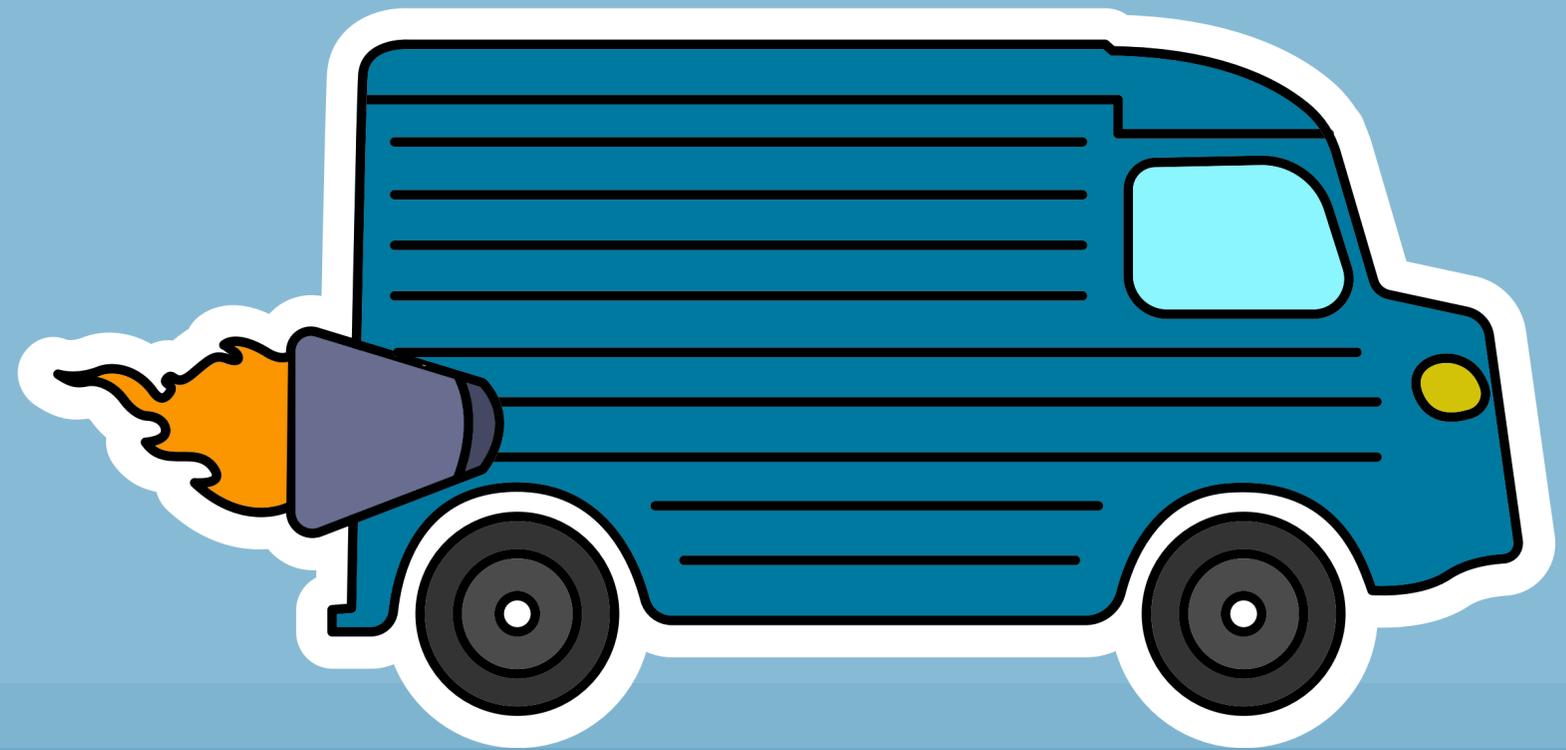
DOC2

WHEELS



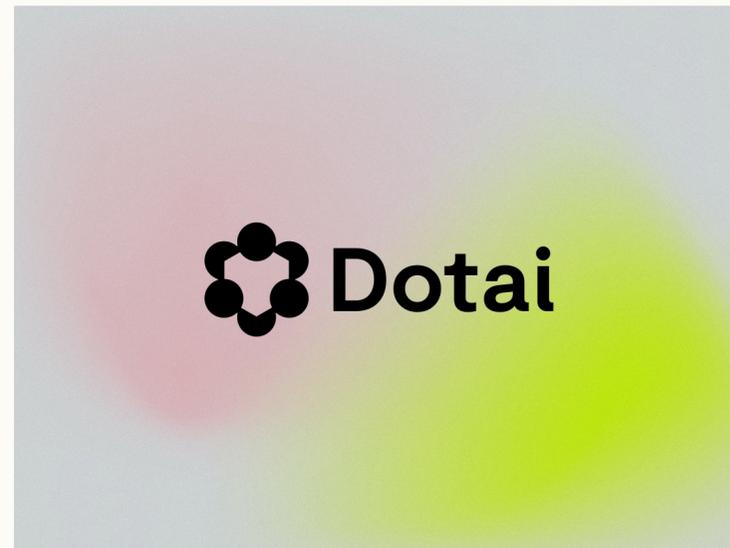
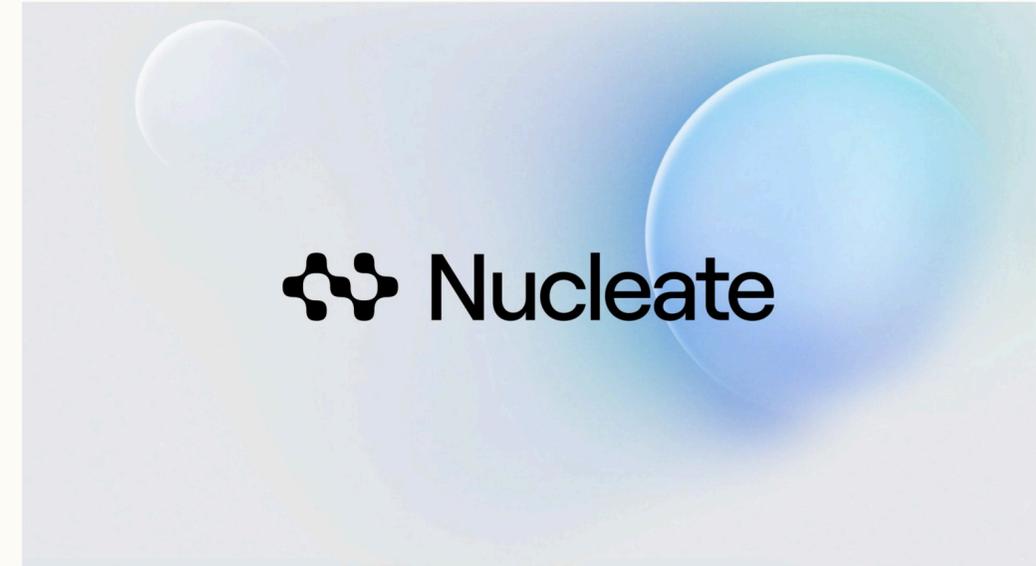
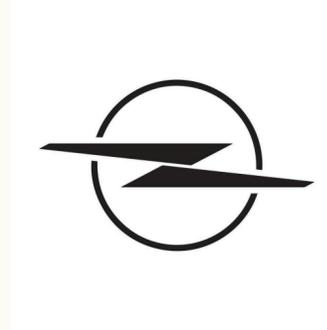
MATHIS

IDENTITÉ VISUELLE



IDENTITÉ VISUELLE

MOODBOARD



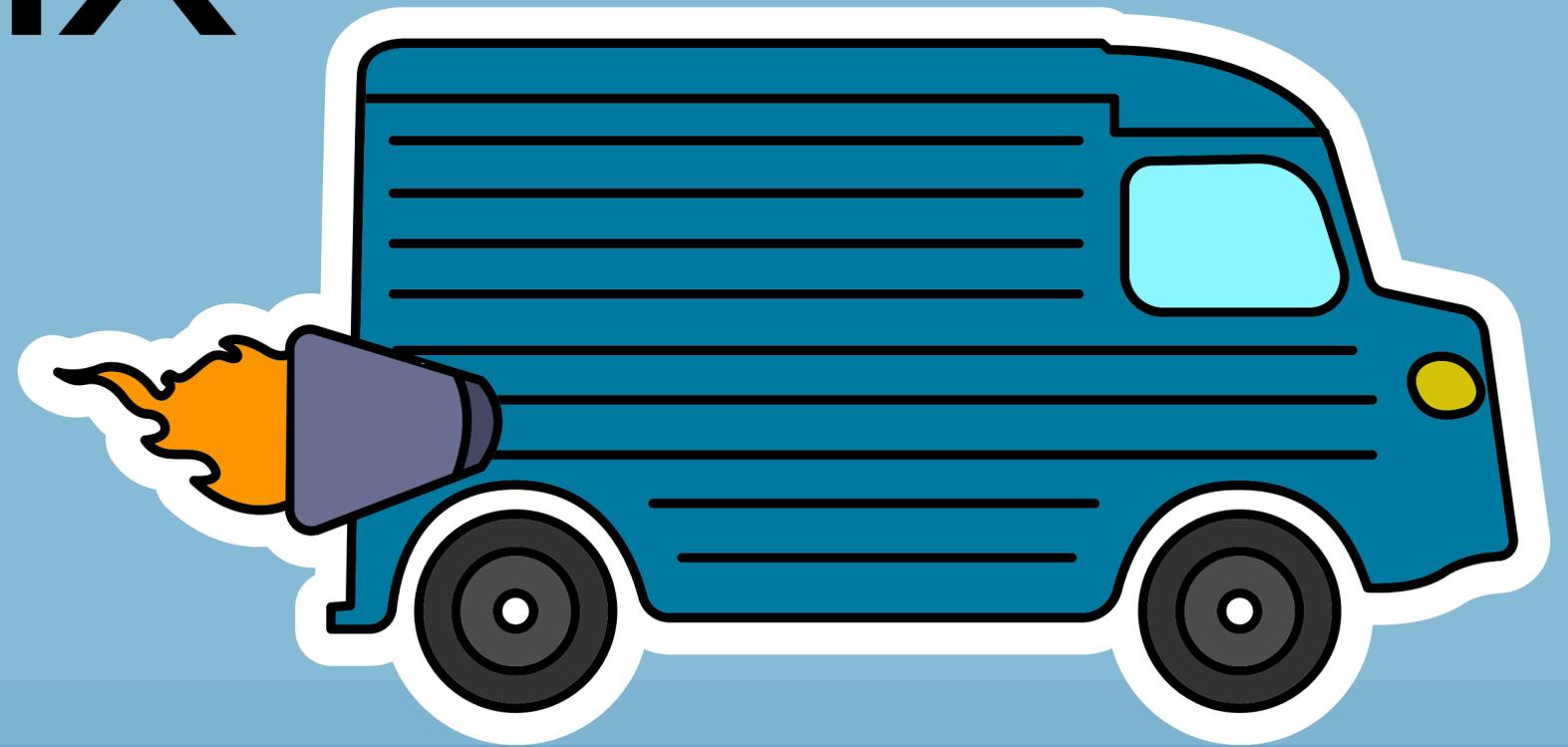
IDENTITÉ VISUELLE

PROPOSITION



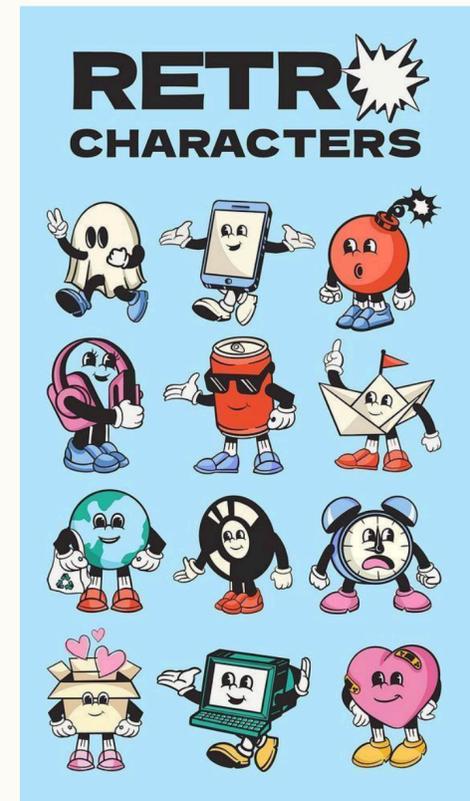
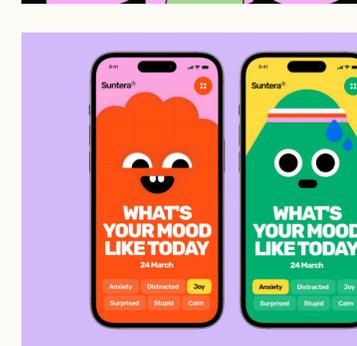
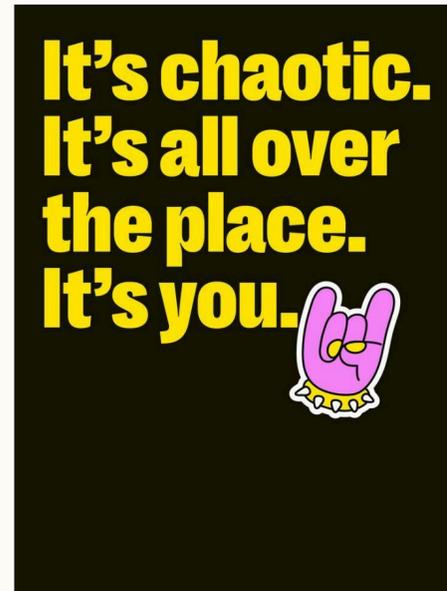
- Plaque d'immatriculation
- Moderne
- Dynamique
- Compréhensible

NOTRE CHOIX



IDENTITÉ VISUELLE

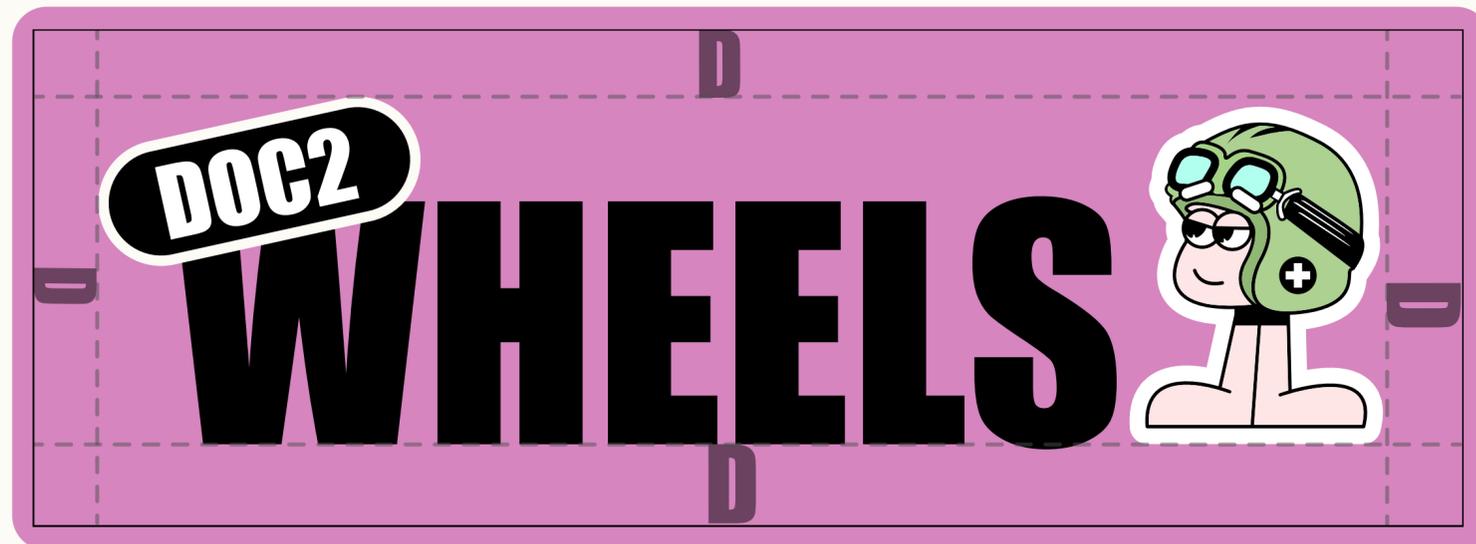
MOODBOARD



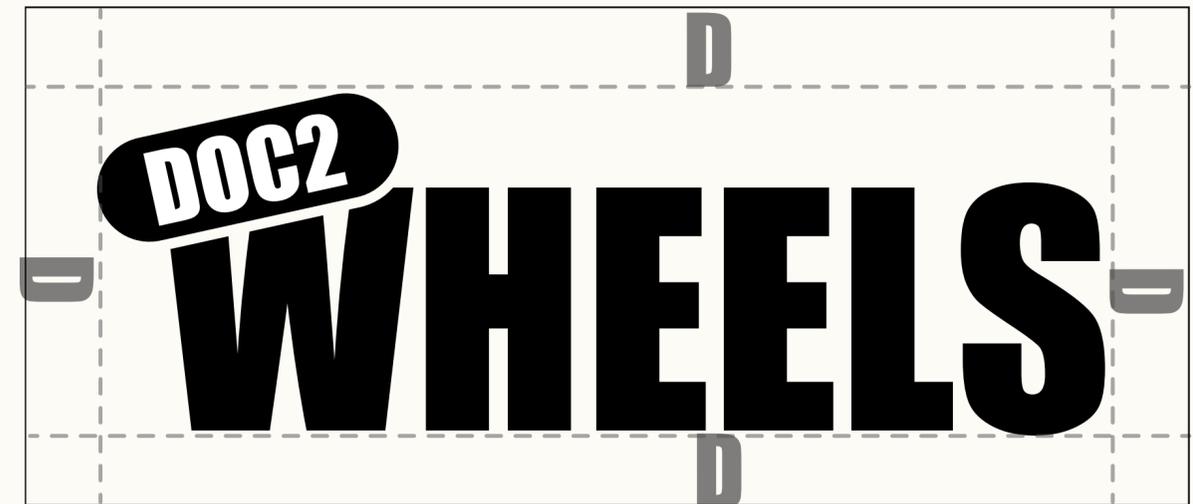
IDENTITÉ VISUELLE

LOGO & TYPOGRAPHIES

LOGOTYPE



LOGOTIPOGRAPHIQUE



TYPOGRAPHIE

IMPACT
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

UNBOUNDED
Aa

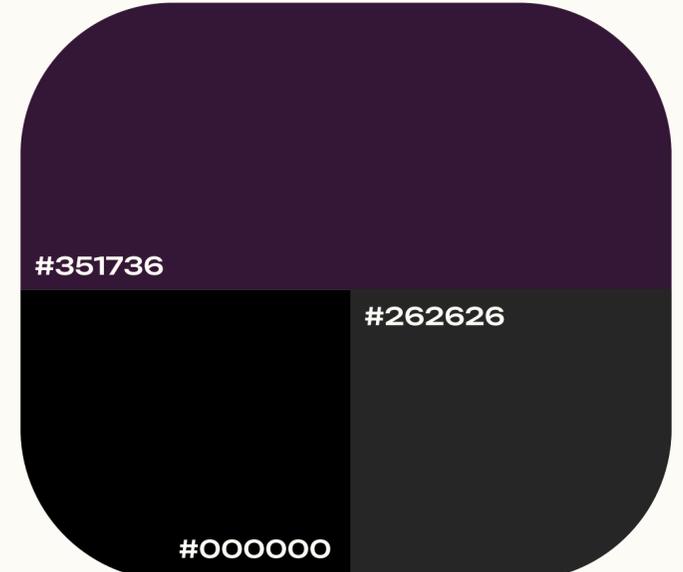
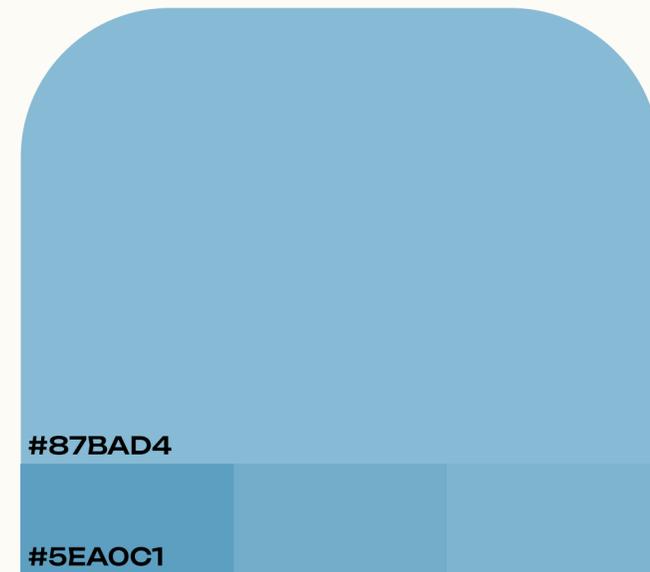
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

FIRA SANS
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

IDENTITÉ VISUELLE

COULEURS



Gradient

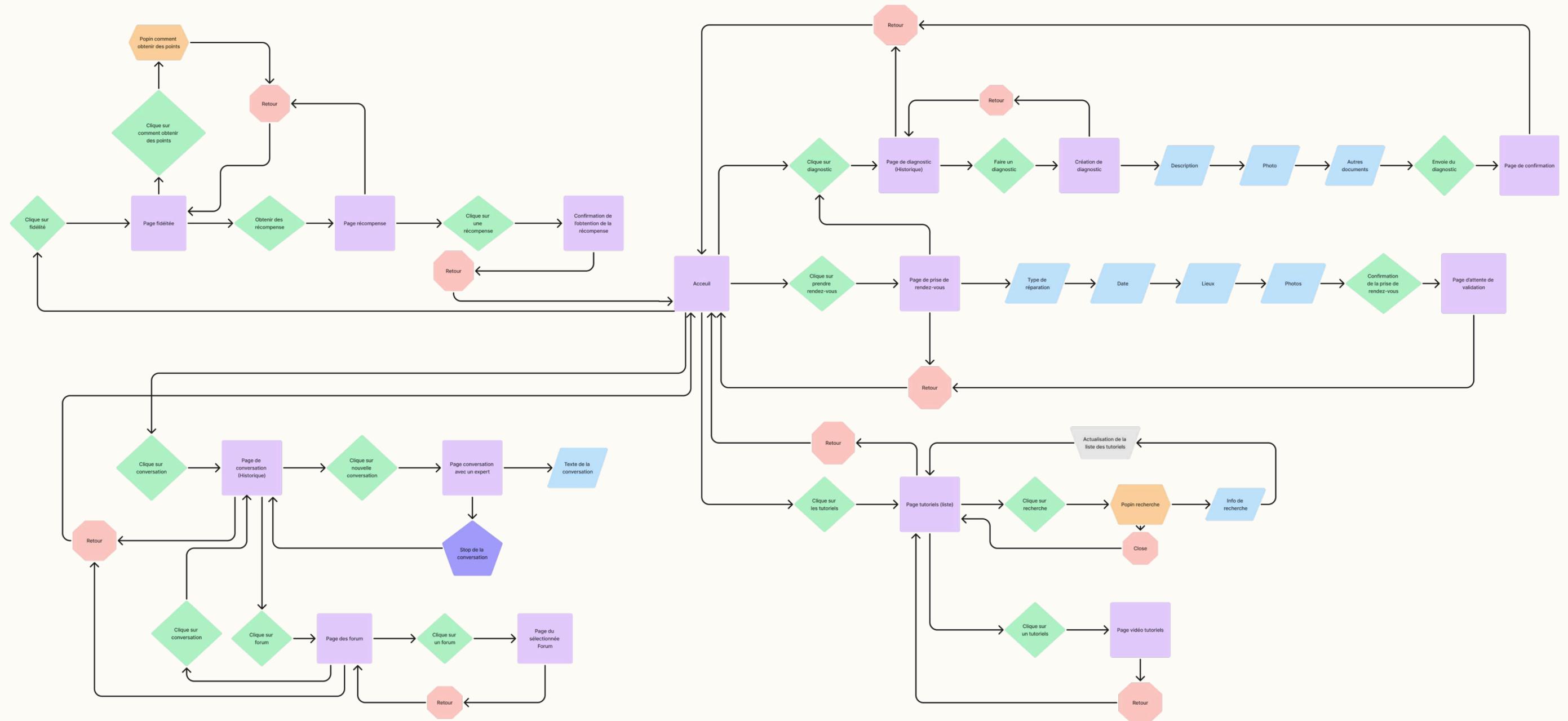


L'APPLICATION

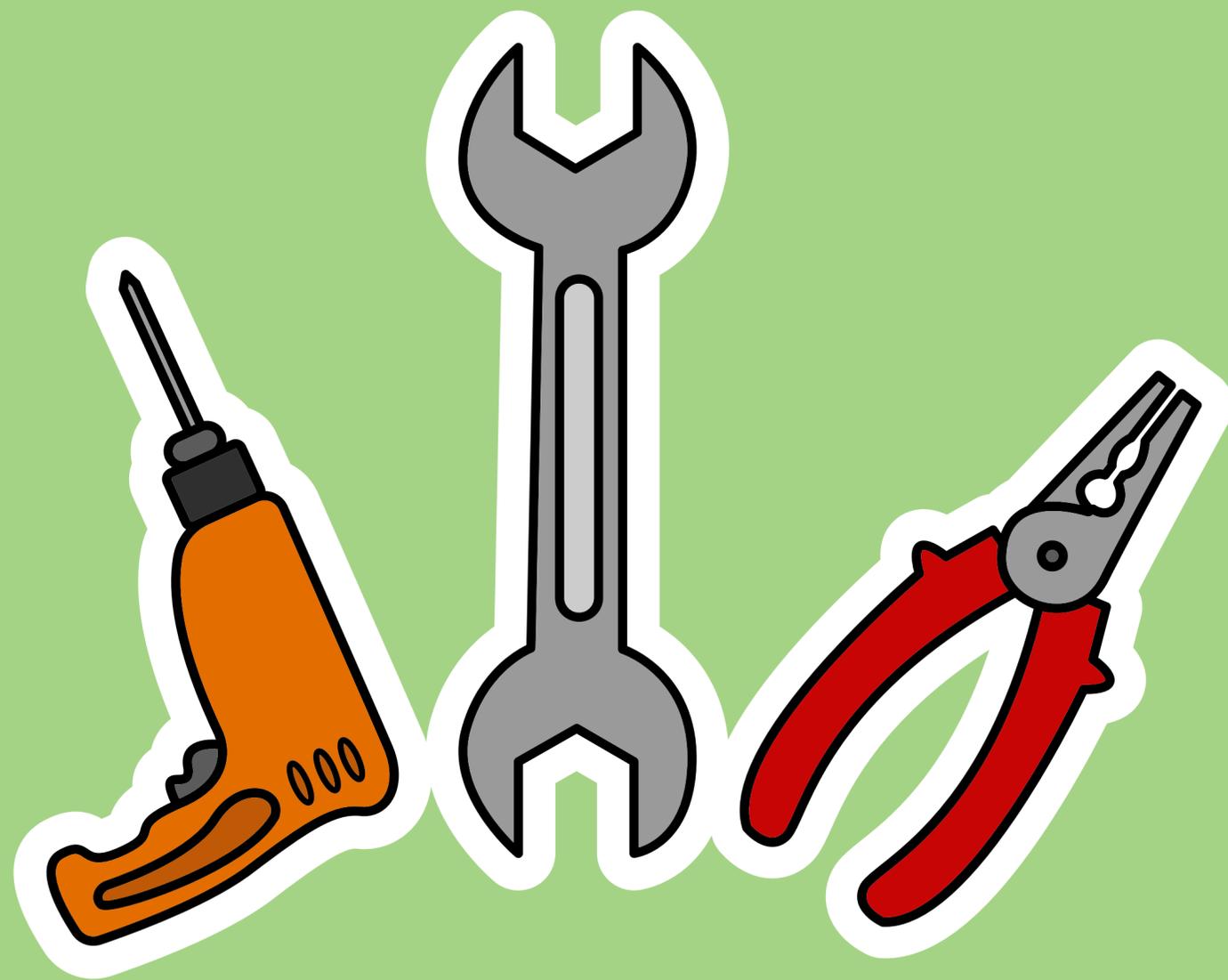


USER FLOW

GLOBALE

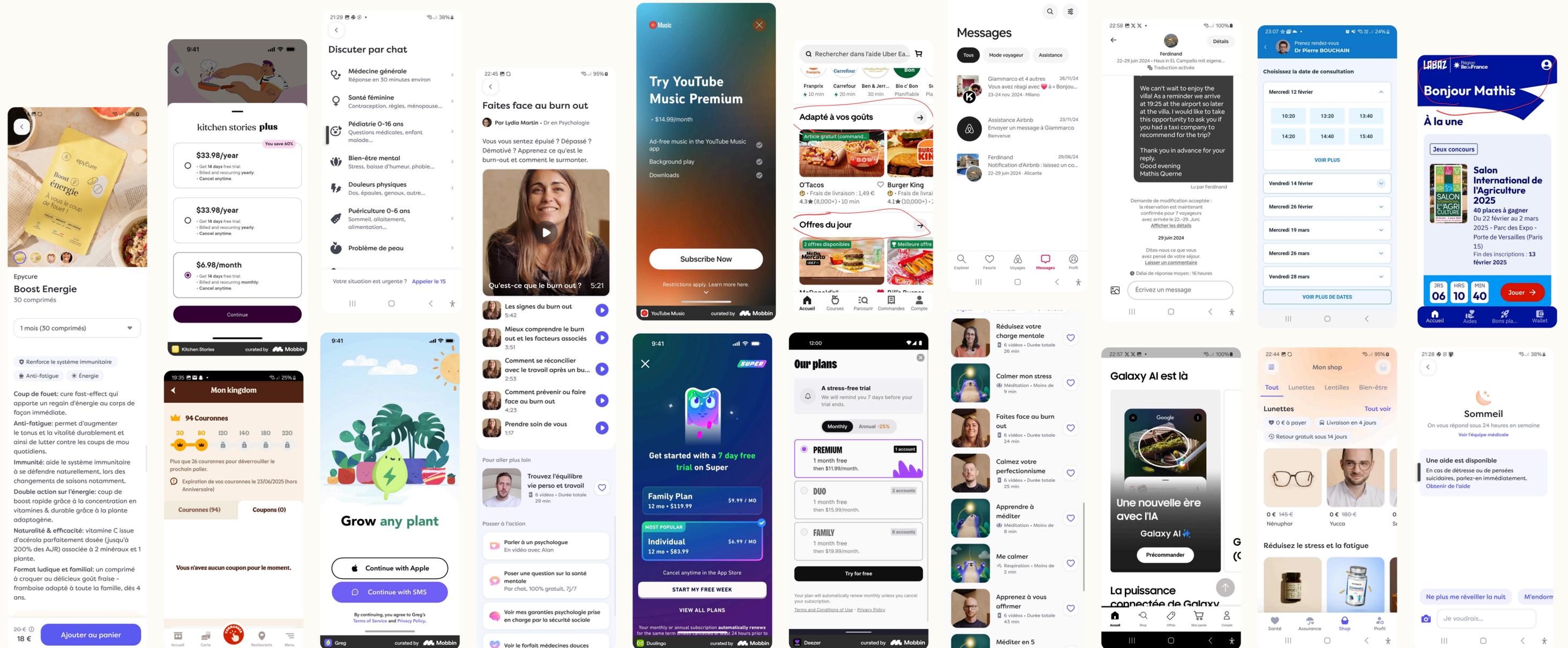


VEILLE



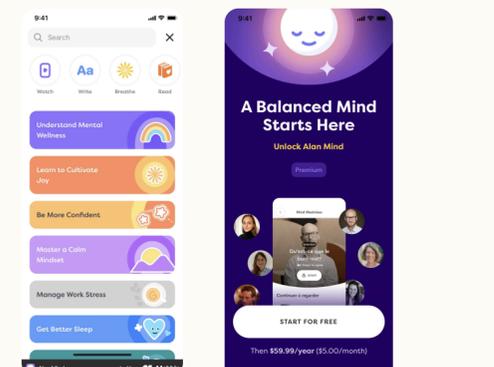
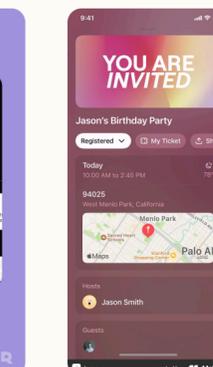
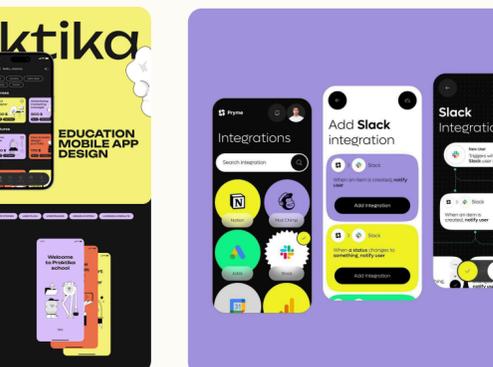
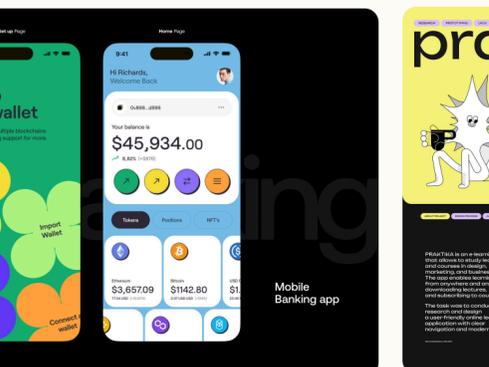
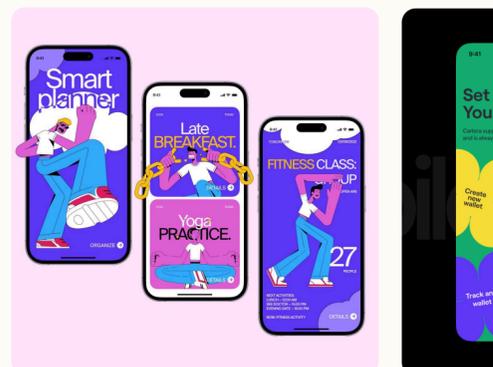
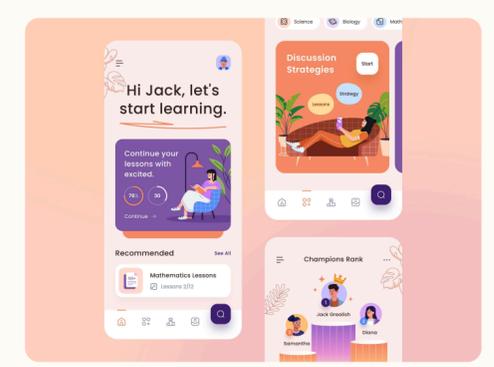
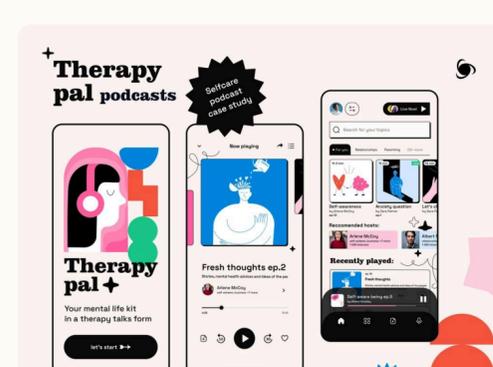
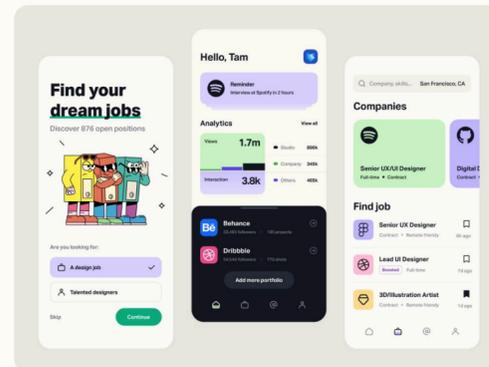
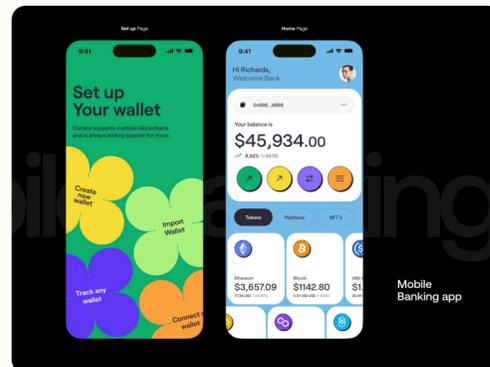
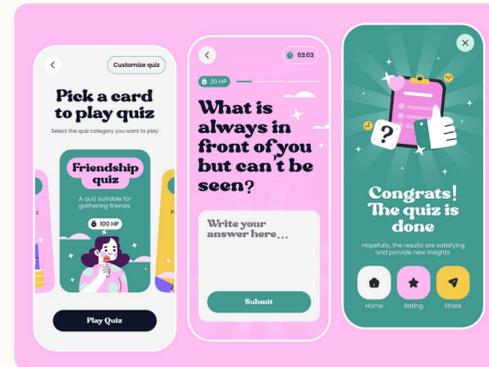
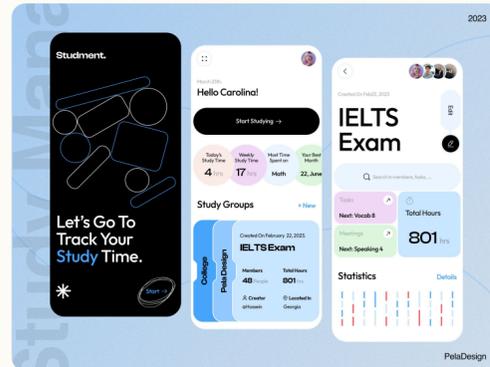
VEILLE UX

APPLICATION

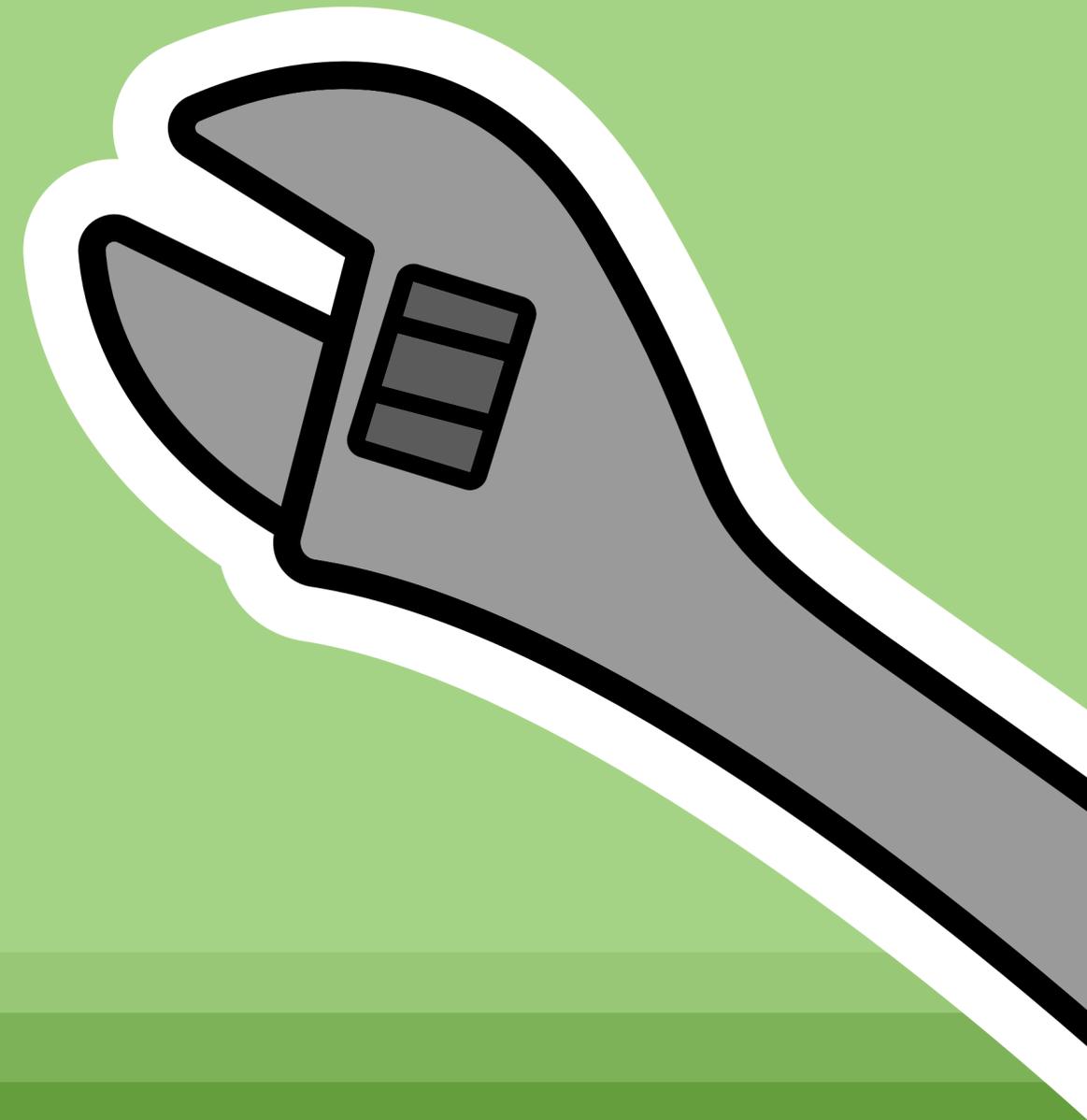


VEILLE UI

APPLICATION



UX DESIGN



UX DESIGN

PERSONAS

Prénom et nom: Clara Martin

Âge : 25 ans

Ville : Paris

Caractère : Créative, indépendante, sociable, dynamique

Motivations : Gagner du temps dans ses déplacements urbains, trouver des services rapide, fiable et surtout simple à comprendre et accessible à tout le monde pour réparer son scooter qu'elle a depuis ces 19 ans.

Bio :

Clara est une jeune graphiste indépendante qui vit à Paris depuis toujours. Elle a choisi le freelancing pour la liberté, mais cela signifie aussi qu'elle doit jongler entre ses projets clients, ses rendez-vous professionnels et ses loisirs. Clara utilise un scooter 110cc pour traverser la ville plus rapidement et éviter les embouteillages.

son emploi du temps est souvent chargé, et elle n'a ni le temps ni les compétences pour gérer les pannes mécanique ou l'entretien de son scooter qui se font de plus en plus fréquemment du à l'usure de son véhicule. Elle recherche donc des solutions simple, accessibles depuis son telephone.

Réseaux sociaux :

Instagram, Pinterest, Tiktok

Citations : "Le temps c'est de l'argent"

Métier : Graphiste en freelance

Situation : Célibataire, vit en colocation

Objectif :

trouver un service de dépannage rapide et efficace.

Frustrations :

Manque de transparence sur les tarifs des réparateurs, délais d'attente trop longs, et difficile de trouver un service fiable avec des personnes qui la prennent au sérieux.

Technologie :

Utilise régulièrement son telephone, tablette et ordinateur autant pour son métier que pour sa vie de tout les jours.

Internet :

Très présente sur le web pour le travail et les loisirs`

Logiciel :

Suite adobe, google drive etc....

app mobile :

Waze, Uber, Deliveroo, Instagram

UX DESIGN

PERSONAS

Prénom et nom: Marc dubois

Âge : 45 ans

Ville : Paris

Caractère : prévoyant, calme, pragmatique, sociable

Bio : Marc est responsable logistique dans une grande entreprise de transport. Son travail exige rigueur et ponctualité, c'est pourquoi il utilise son scooter tous les jours pour éviter les bouchons bordelais. Marié et père de deux adolescents, Marc jongle entre sa vie professionnelle exigeante et ses obligations familiales.

Il apprécie la praticité de son deux-roues mais accorde une grande importance à la sécurité et à l'entretien de son véhicule, particulièrement depuis que son plus grand lui emprunte pour sortir avec ces amis. N'étant pas très à l'aise avec la mécanique, Marc cherche des prestataires de confiance pour l'entretien et les réparations. Il déteste perdre du temps avec des services peu clairs ou des interventions qui s'éternisent.

Marc préfère les solutions simples et fiables. Il aime savoir à l'avance combien cela va lui coûter et dans quels délais il sera dépanné. Pour lui, la fiabilité et la transparence d'un service sont primordiales, quitte à payer un peu plus cher.

Réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn.

Citations : "Je préfère payer un peu plus cher si je suis sûr que le service est fiable."

Métier : Responsable logistique dans une entreprise de transport

Situation : marié, père de d'un adolescent et d'un jeune adulte

Motivations : Assurer la fiabilité de son scooter lorsque son plus grand garçon lui emprunte.

Objectif : Trouver un service accessible et facile que lui et son fils peuvent utilisé en cas de problème peu importe l'heure et l'endroit.

Frustrations : Peur des arnaques, manque de confiance envers les petits garages, délais d'intervention trop longs.

Technologie : Utilise un smartphone pour les applications pratiques et un ordinateur pour le travail.

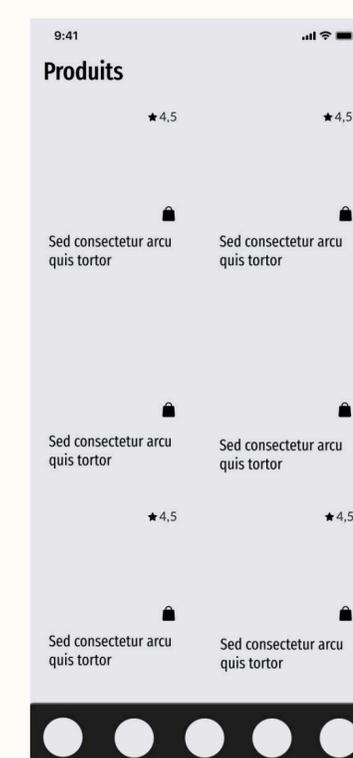
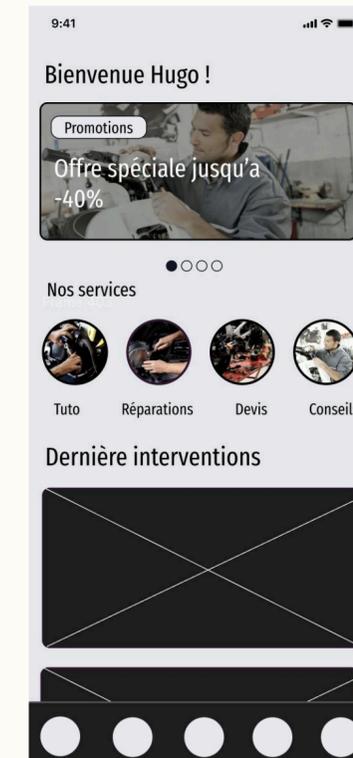
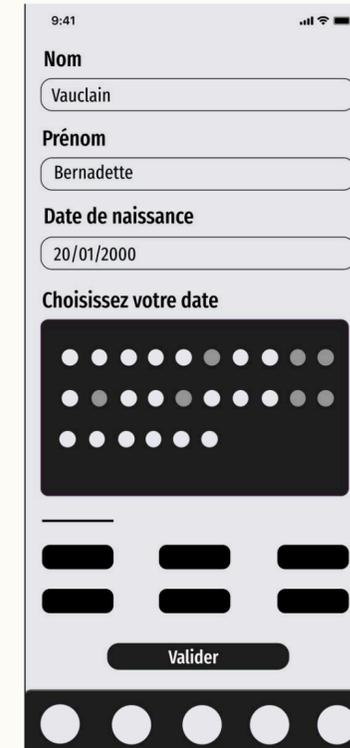
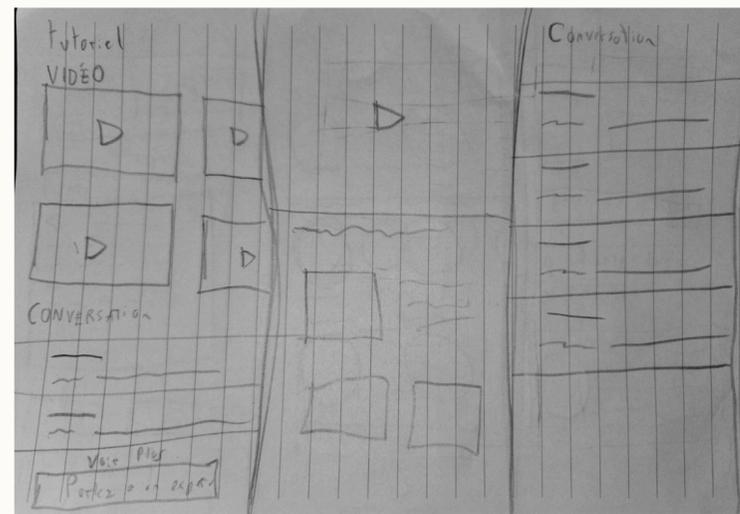
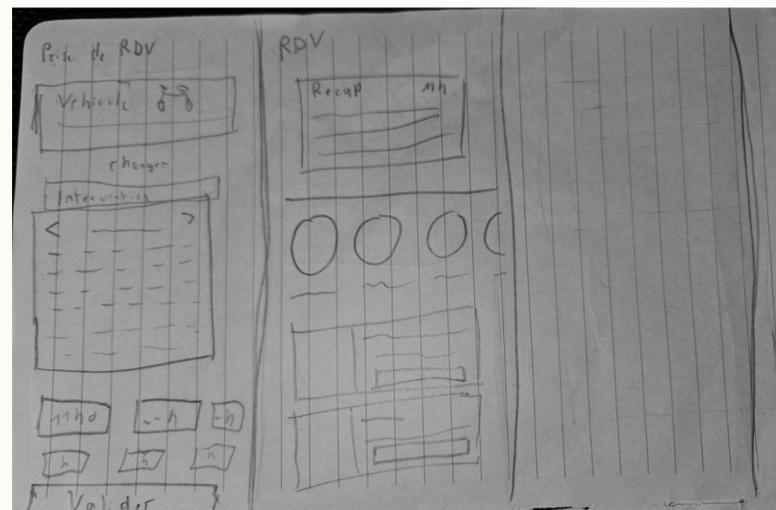
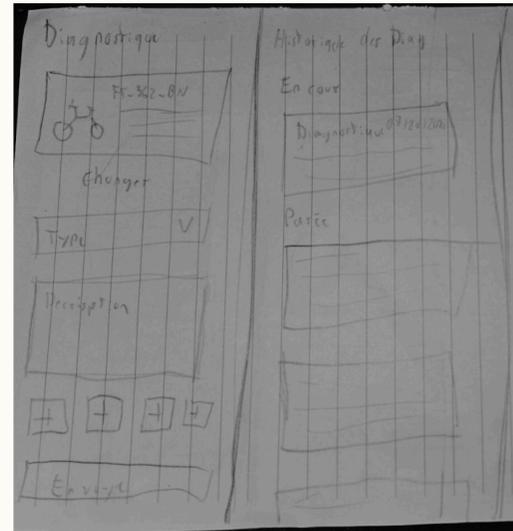
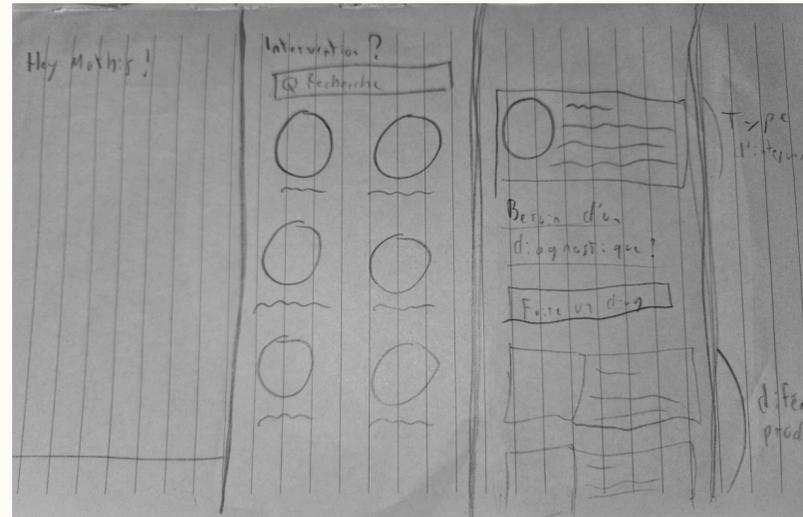
Internet : Consultation régulière pour les actualités et les services pratiques.

Logiciel : Excel, Outlook.

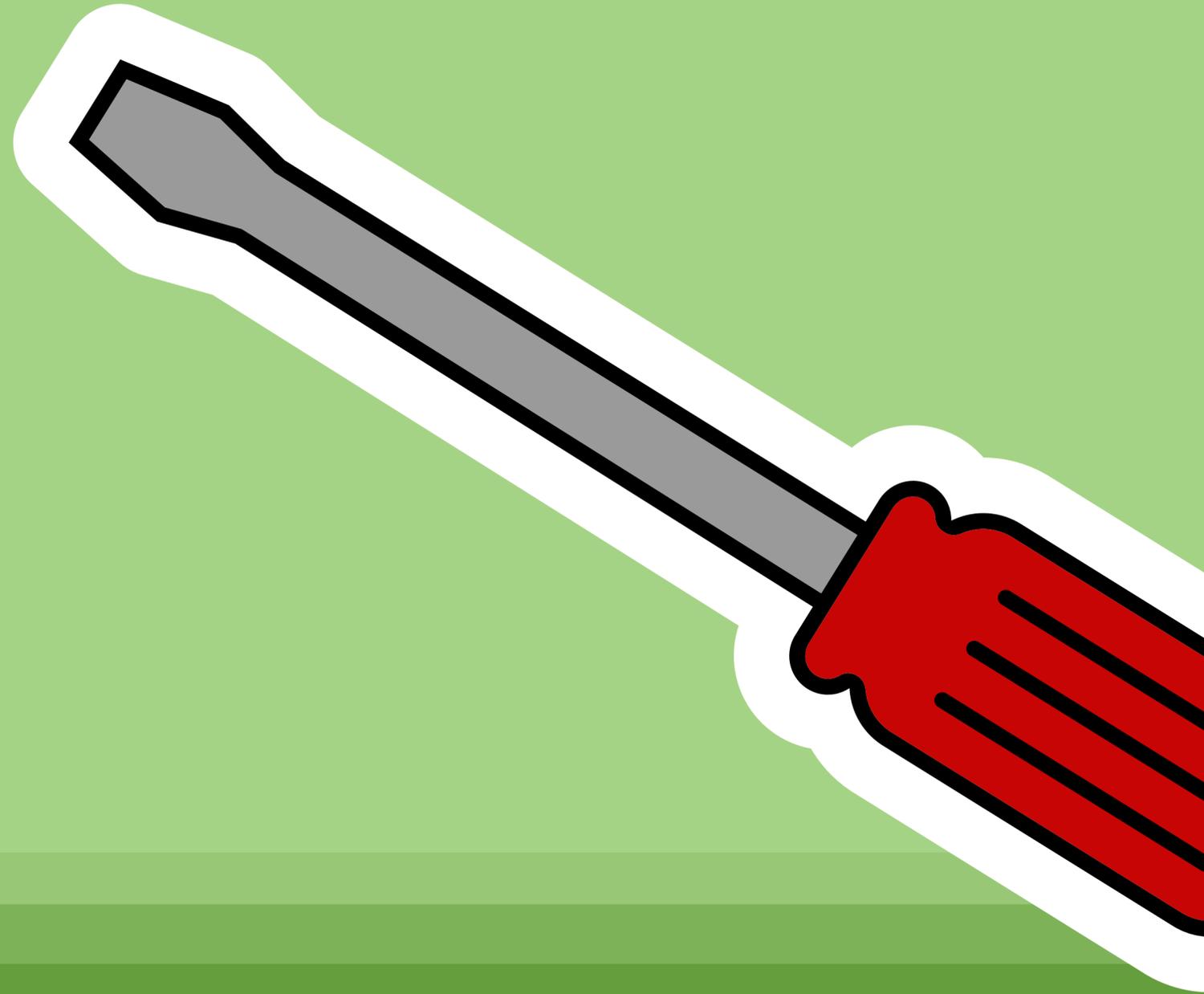
App mobile : Google Maps, LinkedIn, Le Bon Coin.

UX DESIGN

WIREFRAME

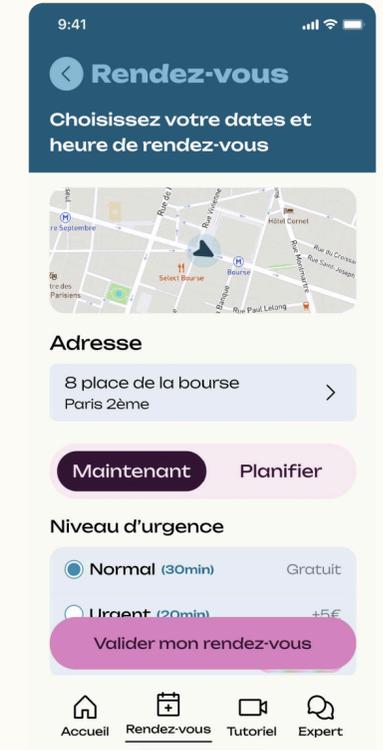
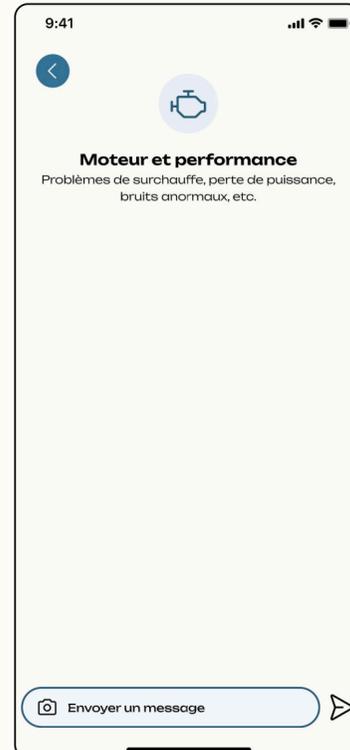
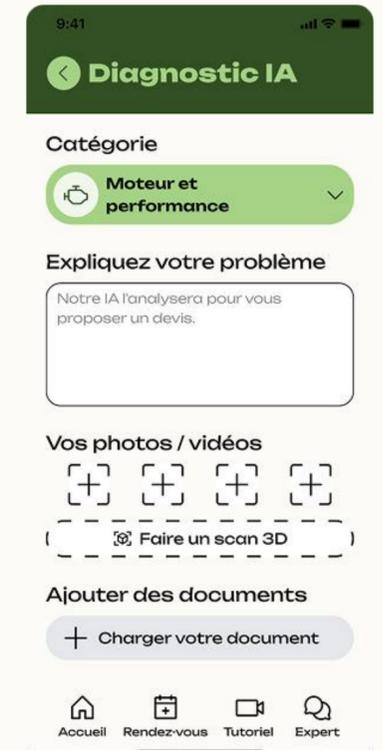
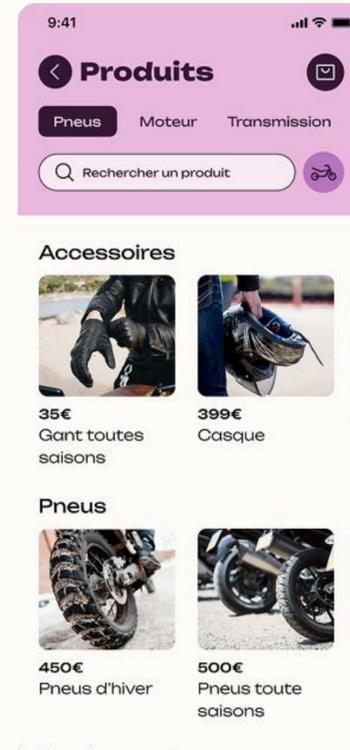


UI DESIGN



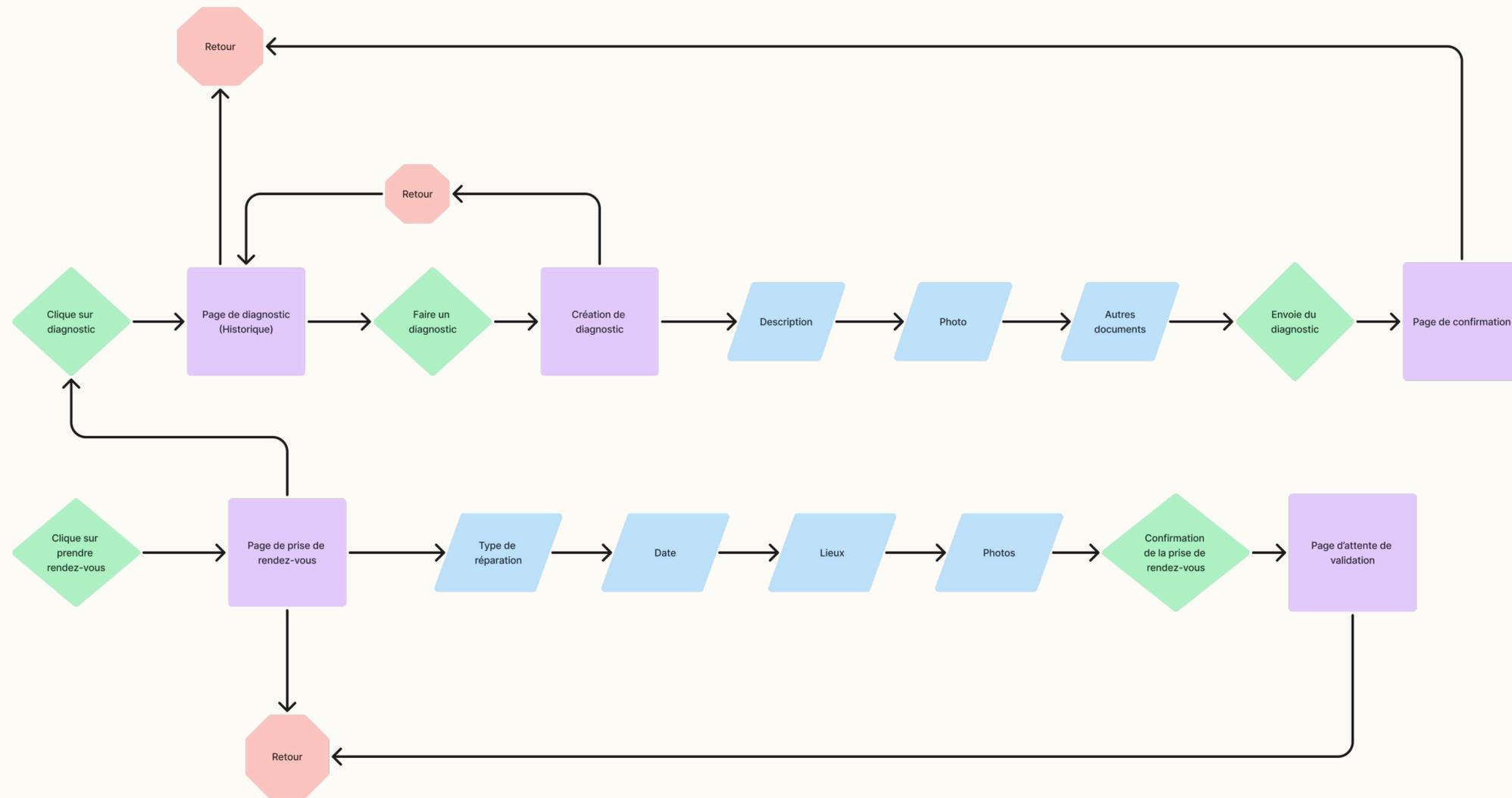
UI DESIGN

APPLICATION



UI DESIGN

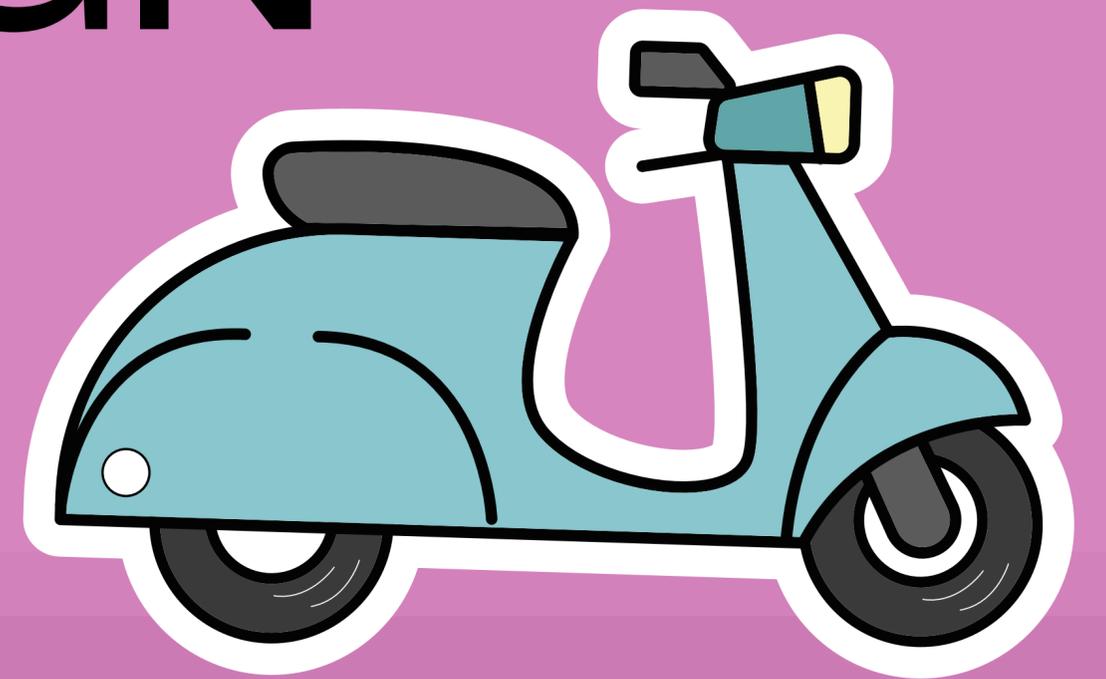
APPLICATION



Diagnostic et Rendez-vous



MOTION DESIGN



MOTION DESING

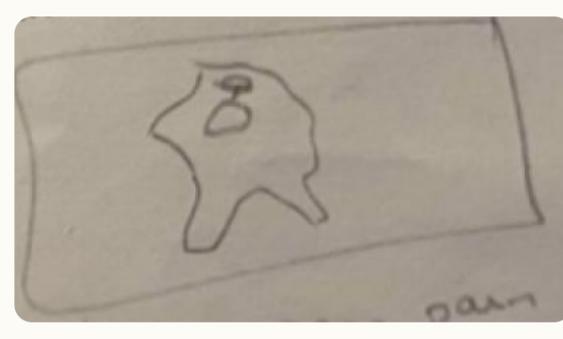
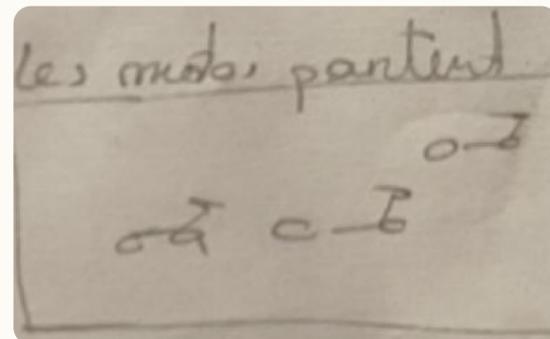
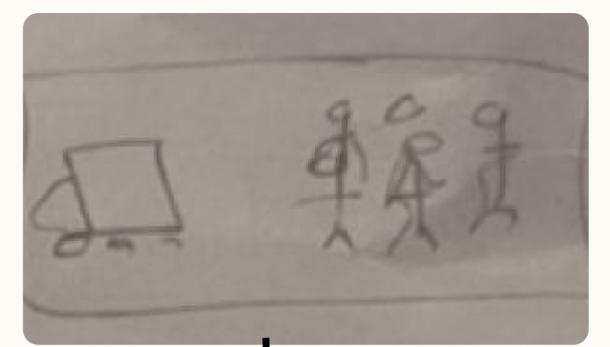
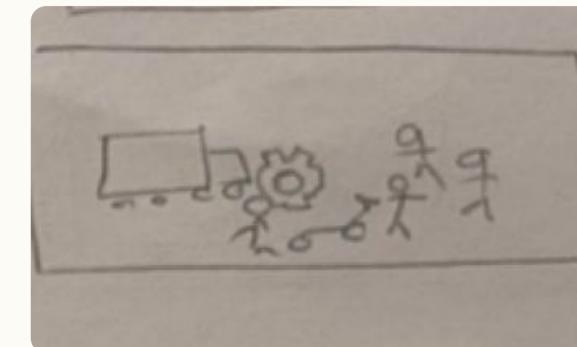
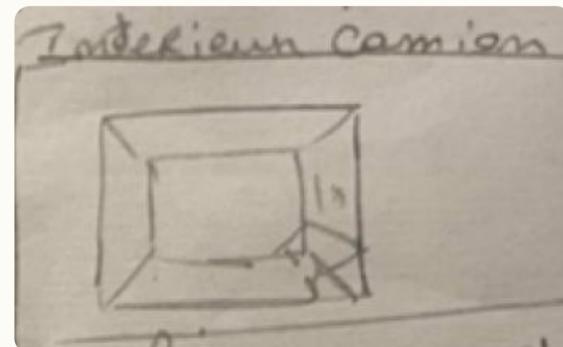
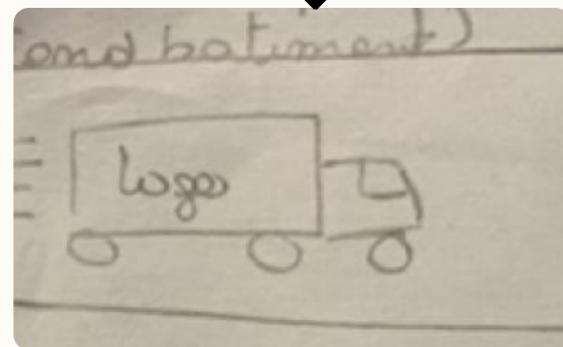
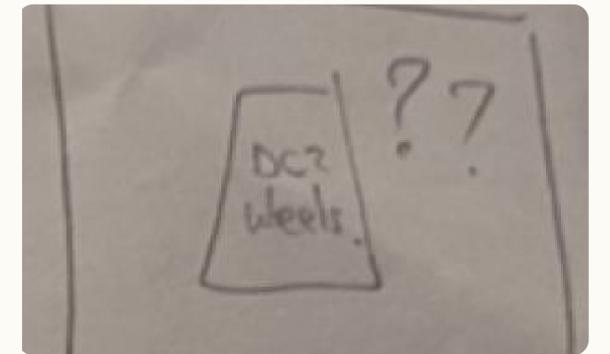
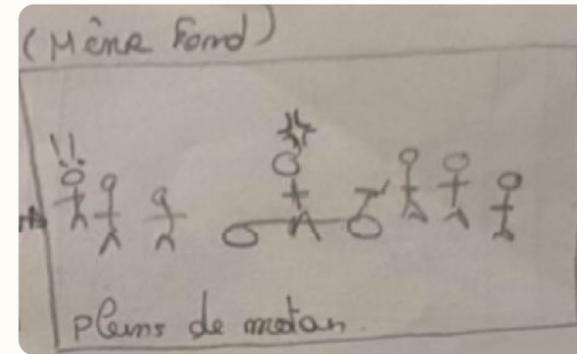
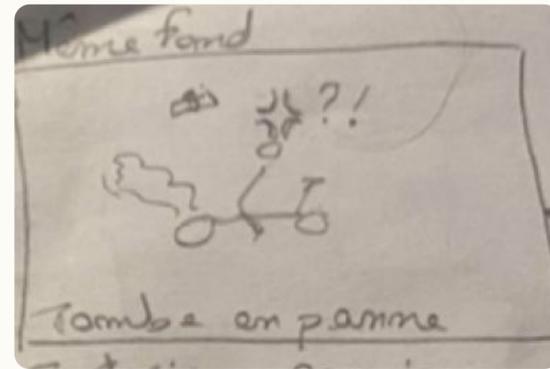
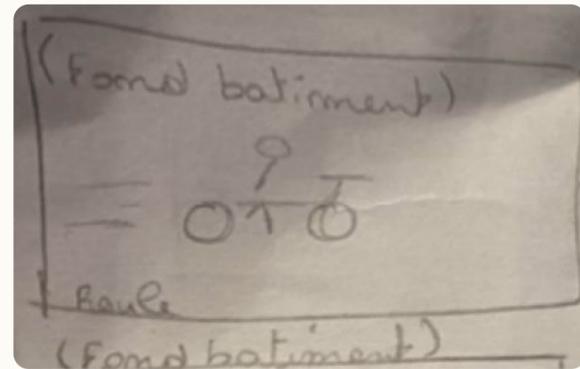
OBJECTIFS

LES OBJECTIFS SONT :

- Esprit de communauté et rapidité → Renforcer la solidarité entre motards via notre application.
- Concept et ateliers mobiles → Montrer l'entraide naturelle et nos véhicules d'intervention.
- Objectif → Susciter l'envie de rejoindre la communauté et montrer que Doc2Wheel est la solution idéale.
- Direction artistique → Un mélange dynamique de 2D et 3D.
- Storyboard → Un motard en panne, une entraide spontanée, l'application comme facilitateur.

MOTION DESIGN

STORYBOARD



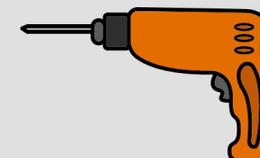
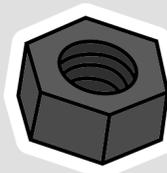
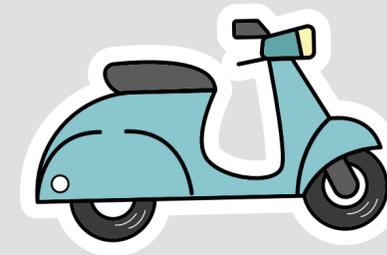
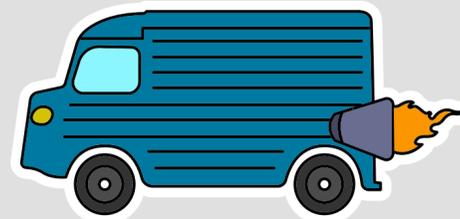
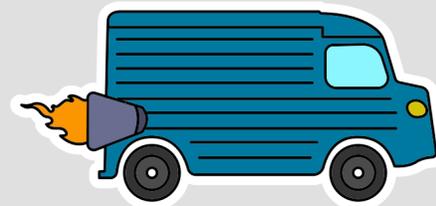
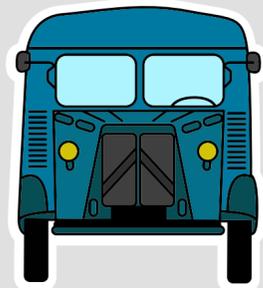
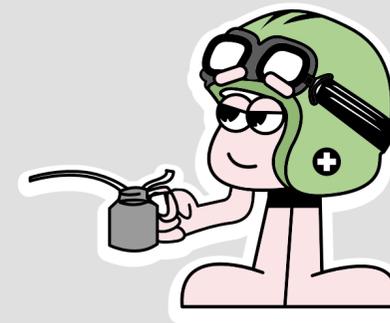
OUTILS UTILISÉS

BLENDER



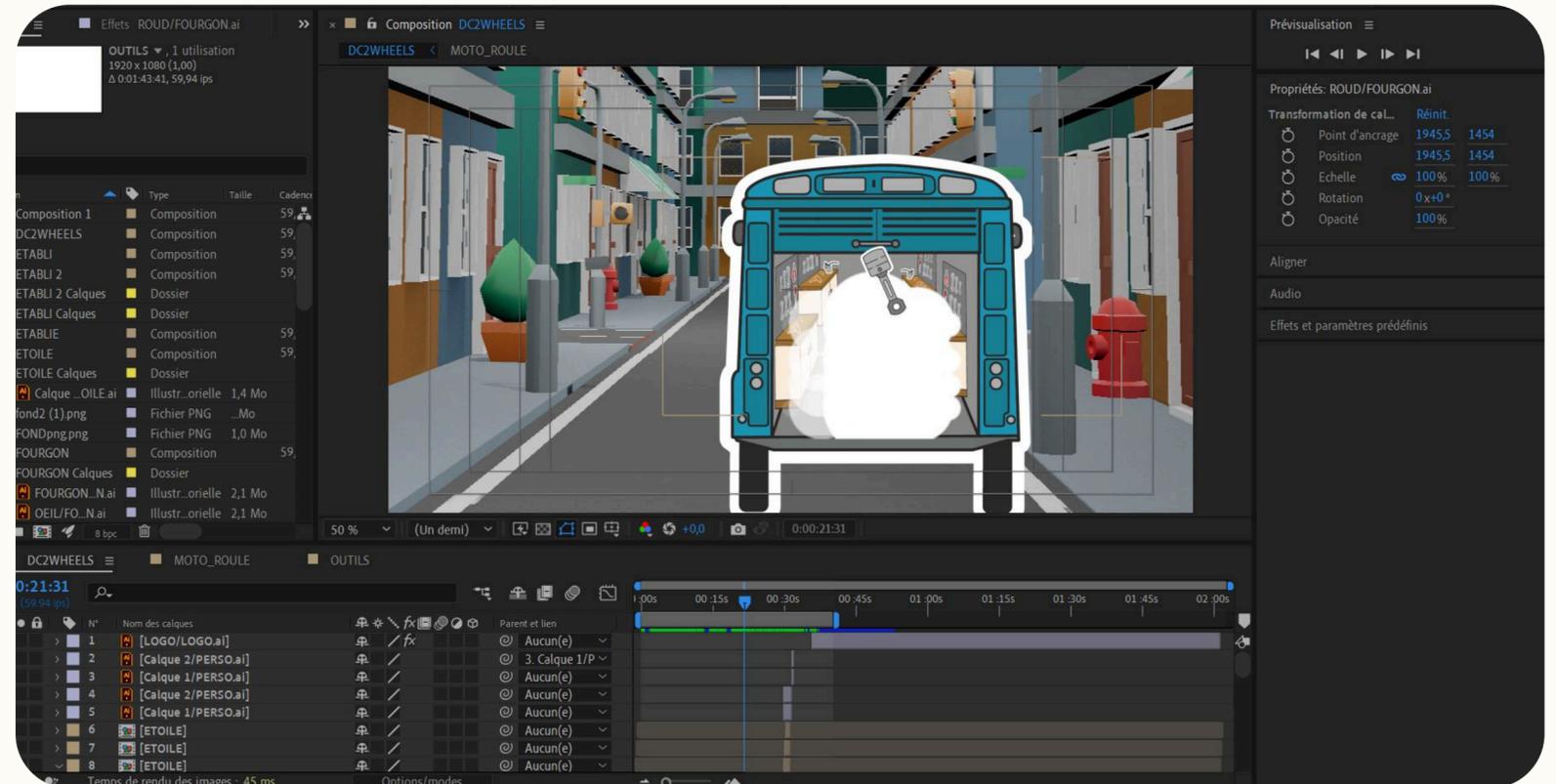
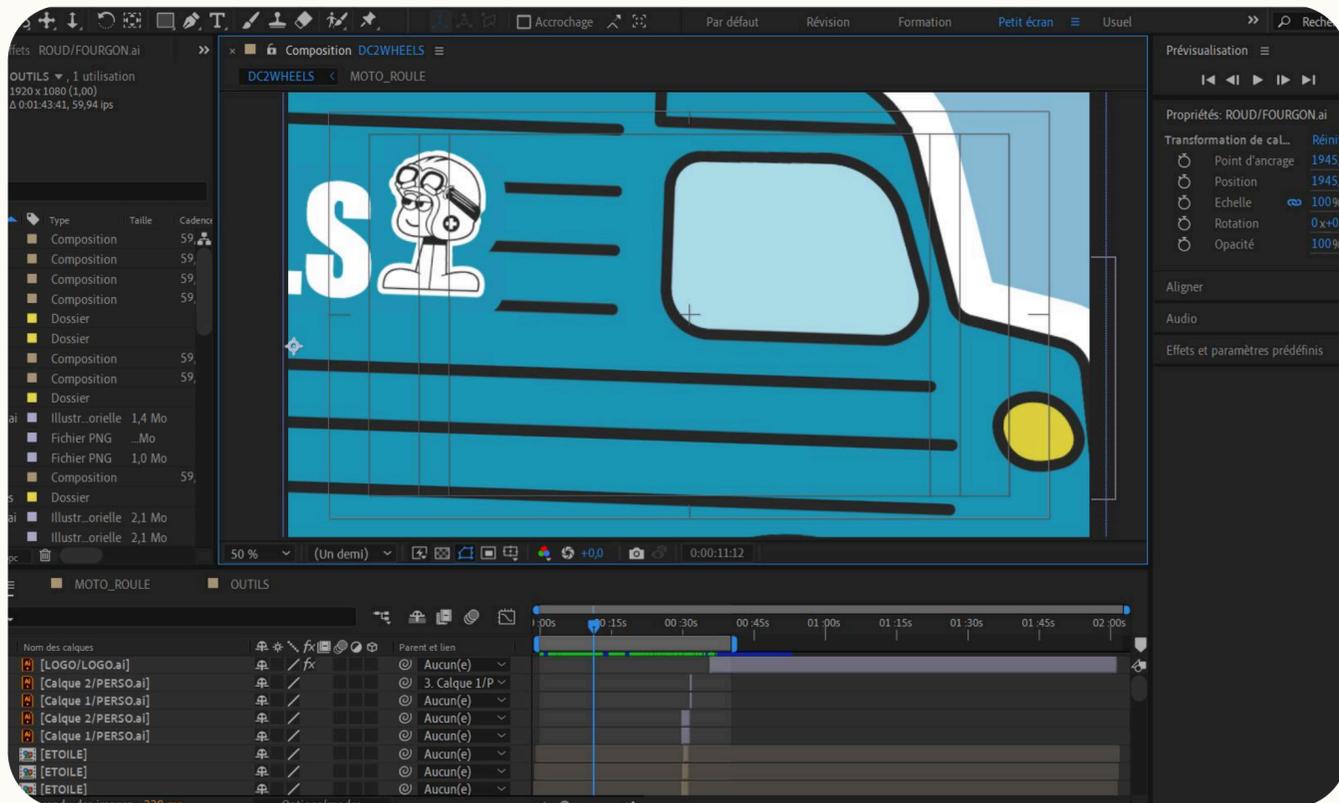
OUTILS UTILISÉS

ILLUSTRATOR



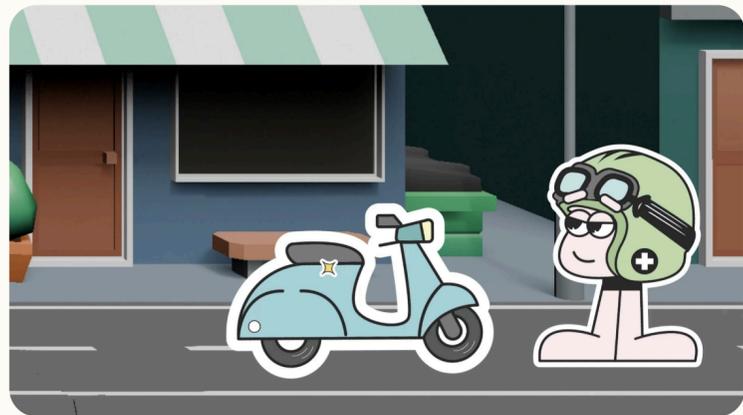
OUTILS UTILISÉS

AFTER EFFECT



VIDÉO

SCÈNES



CONCLUSION

