

## DOSSIER DE CANDIDATURE 2021

Nom de l'entité déposante : Agence PURE

agence

annonceur

établissement d'enseignement supérieur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : Agence PURE

**NOM DE LA CAMPAGNE : Conception du site vitrine de l'Atelier 2**

**CATÉGORIE :**

Digital / innovation

DATE DE CAMPAGNE : Avril 2020

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : France



Si vous êtes une agence, renseignez le client pour lequel vous avez réalisé cette campagne/action.

Si vous êtes annonceur, renseignez l'agence qui a réalisé la campagne/action.

Si votre campagne/action a été réalisée en interne, laissez ce champs vide.

## **Cas particulier des établissements d'enseignement supérieur formant aux métiers de la communication**

Les dossiers présentés par eux seront regroupés hors catégories et évalués à part. Ils peuvent toutefois renseigner la catégorie concernée par la campagne/action, à titre indicatif, dans la page 1.

Ces campagnes / actions devront avoir été réalisées à partir de briefs réels d'annonceurs/commanditaires et au moins partiellement activées.

**Année de cursus et spécialisation des étudiants :**

**Prénoms et noms des étudiants :**



- Les 11 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.
- Aucun autre modèle ne sera accepté.
- Ce Power Point contient 14 slides (pages), vous pouvez développer vos explications en rajoutant, si nécessaire, des slides supplémentaires pour quelques rubriques. Attention, l'ensemble de votre dossier ne doit toutefois pas dépasser 20 slides.

## **VOUS SOUHAITEZ EGALEMENT PRESENTER CE DOSSIER AU PRIX COUP DE CŒUR DU PUBLIC ?\***

**Vous avez la possibilité de faire concourir UN SEUL dossier au Coup de Cœur du Public. Cochez la case suivante pour sélectionner ce dossier :**

**Je souhaite présenter ce dossier au COUP DE COEUR DU PUBLIC**

**Dossier à renvoyer avant le : **lundi 20 septembre 2021 inclu****

**Via le formulaire : [www.tropheesdelacom.so/candidatez/](http://www.tropheesdelacom.so/candidatez/)**

# 1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RÉSUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



Slide à remplir en 3 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

Création d'un site internet from scratch pour le cabinet d'architecture Atelier 2 ; une expérience immersive et visuelle, complété d'un mode de navigation innovant.

**Découvrir le site :**  
<https://latelier2.archi/>

## 2 RAPPEL DE LA DEMANDE (Besoin exprimé/motivé par l'annonceur)

- Travailler la nouvelle arborescence du site internet de l'Atelier 2 de manière à étoffer l'univers de marque
- Mettre en place un webdesign émotionnel capable de retranscrire l'univers de marque
- Afficher clairement le positionnement de la marque au travers d'une conception unique
- Faire vivre l'expérience Atelier 2 au travers d'un parti pris UX / UI fort

## 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

### Objectifs

- Optimiser la visibilité du site sur les moteurs de recherche
- Augmenter le nombre de leads générés via le site
- Proposer une expérience utilisateur immersive

## 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

### Publics visés

- CSP+ et CSP++
- Propriétaires ou futurs propriétaires en quête d'inspiration ou souhaitant faire appel aux services d'un cabinet d'architecture
- Cible sur-avertie, exigeante et à l'œil aiguisé

## 4 LA PROBLEMATIQUE

Comment faire vivre l'expérience Atelier 2 sur le digital ?



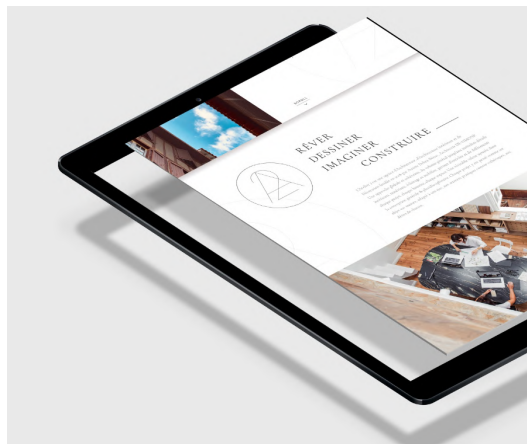
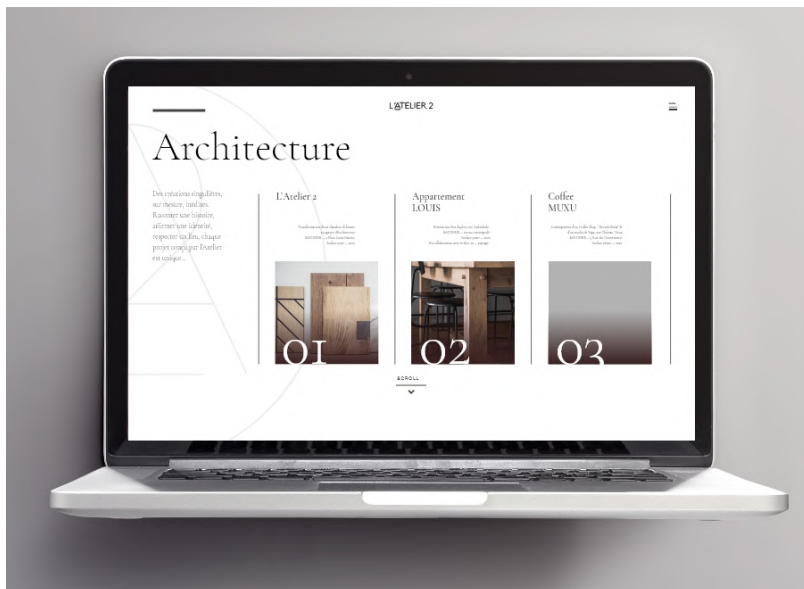
## 5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Un parcours utilisateur fluide, un design immersif et une navigation innovante à travers les différents contenus

## 6 LES CONCEPTS CRÉATIFS

- Une navigation innovante entre les contenus
- Une ligne élégante et épurée au service du visuel

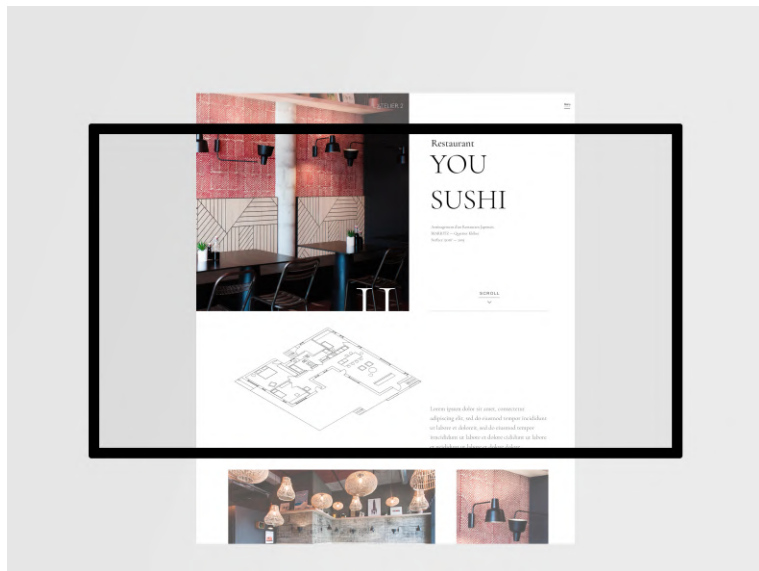
# 7 LES VISUELS



Découvrir le site :  
<https://latelier2.archi/>

# 7 LES VISUELS

Découvrir le site :  
<https://latelier2.archi/>



## 8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- Atelier de co-création pour concevoir et imaginer ensemble l'avenir digital d'Atelier 2
- Expérience map pour imaginer avec le client tout le parcours utilisateur
- Impact mapping pour définir les fonctionnalités essentielles du site
- Définition d'une nouvelle arborescence pour valoriser les contenus
- Définition de l'expérience de lecture et de navigation
- Création de supports visuels destinés à Instagram, Facebook et Pinterest afin d'assurer une présence cohérente sur toutes les plateformes

## EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

- Une ergonomie et une expérience de lecture uniques grâce à un mode de navigation innovant

# 10 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...) ?

- + 47,4 % de trafic en 1 mois
- + 12,3 % de leads sur un an

# 11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : Agence PURE / Atelier 2
- NOM DE LA CAMPAGNE : Conception du site vitrine de la marque
  
- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE : Faire vivre l'expérience Atelier 2 sur le digital
  
- STRATEGIE ADOPTÉE : Une expérience digitale immersive et élégante
  
- RESULTATS :
  - + 47,4 % de trafic en 1 mois
  - + 12,3 % de leads sur un an