

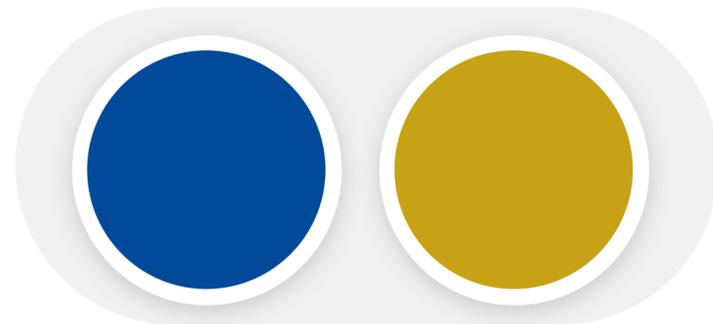
# Charte Graphique

# Nos couleurs



# Couleurs

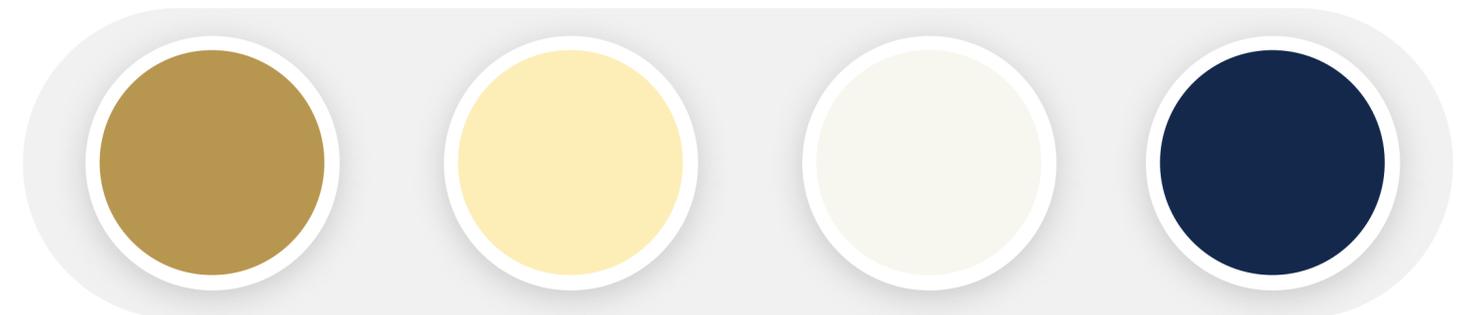
## Couleurs primaires



#004A99

#C8A215

## Couleurs secondaires



#B7964F

#FDEEB7

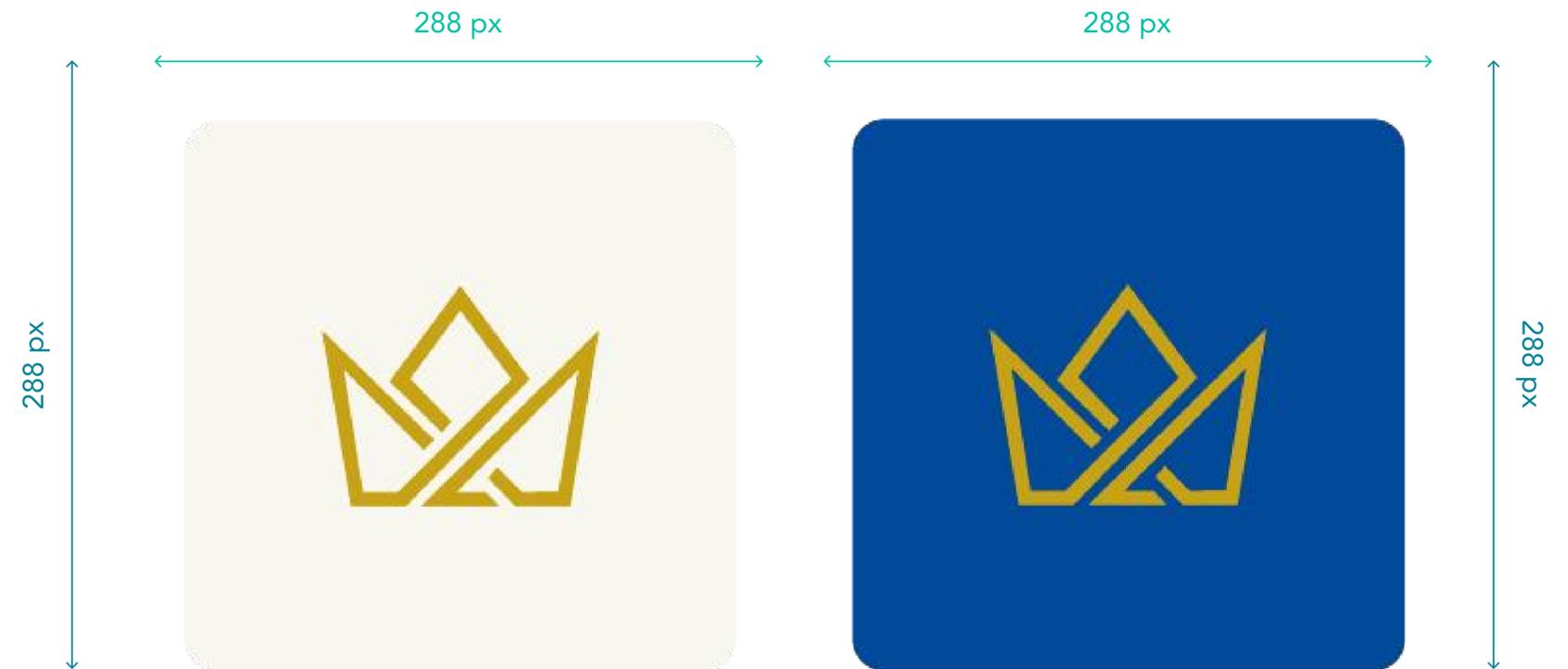
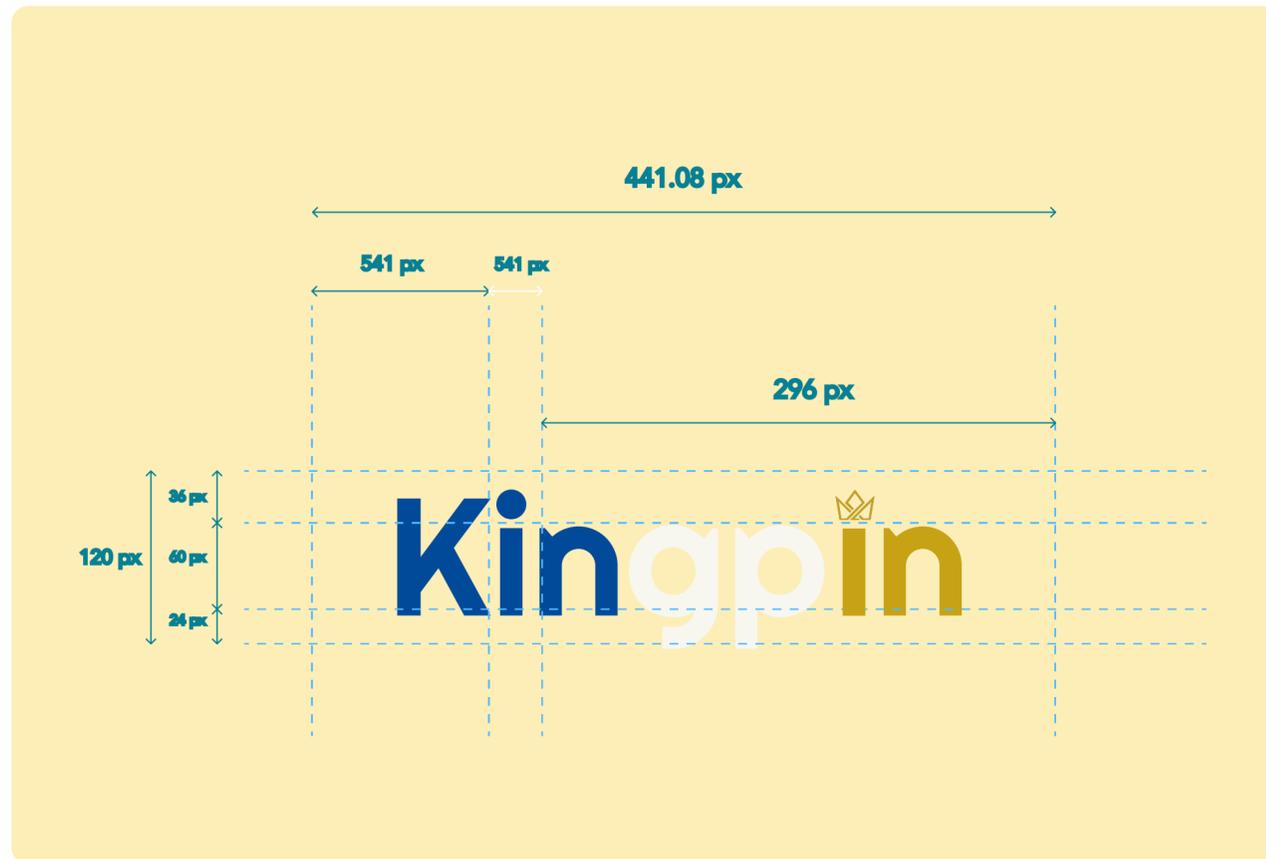
#F7F7EF

#13284B

# Logo Illustration



# Logothèque

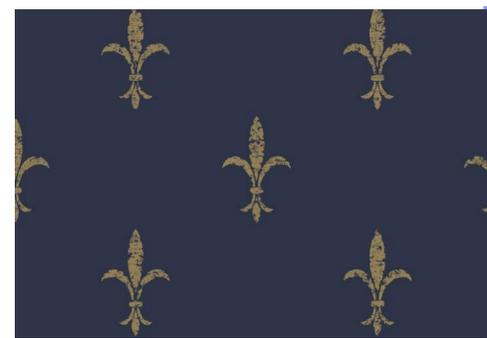
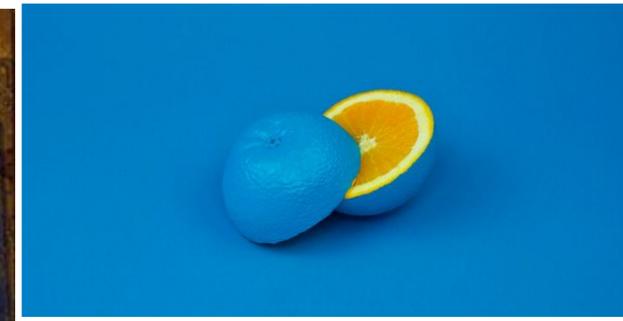


L'élément central de notre charte graphique est le logo. Il rappelle l'élégance et la qualité exceptionnelle des produits, tout en faisant un clin d'œil à la royauté française.



Moodboard





# Typographie



**Kingpin**  
Typographies

## Poppins

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**

**1234567890**

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur."

# Typographies

## Poppins

Texte, titre, titre section, composant

### Texte mobile

Ceci est un titre H1 - 24px

Ceci est un titre H 2- 20px

Ceci est un titre H 3 - 18px

Ceci est un titre H 4- 16px

Ceci est un titre H 5- 14px

Texte 16 px : "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua."

Texte 14 px : "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua."

# Poppins

## Titre du document

### CECI EST UN TITRE

Texte 16 px : "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua."

[Voir les pièces](#) →

**Identité**  
Typographies

## Identité de la marque

Nom : Kingpin

(REFERENCE ENTRE LA ROYAUTE ET LE TUNING HAUT DE GAMME)

MISSION : PROPOSER DES PIÈCES AUTOMOBILES FRANÇAISES EN  
CARBONE DE HAUTE QUALITÉ

Les Valeurs de l'entreprise :

Innovation ( produits modernes)

Durabilité sur les matériaux utilisés Savoir-faire : Made in France

Slogan : " L'élégance française au service de la performance."

# Mise en **Situation**





**Renault Megane**  
★ 4.8 (2.436 Avis)

Voir les pièces →



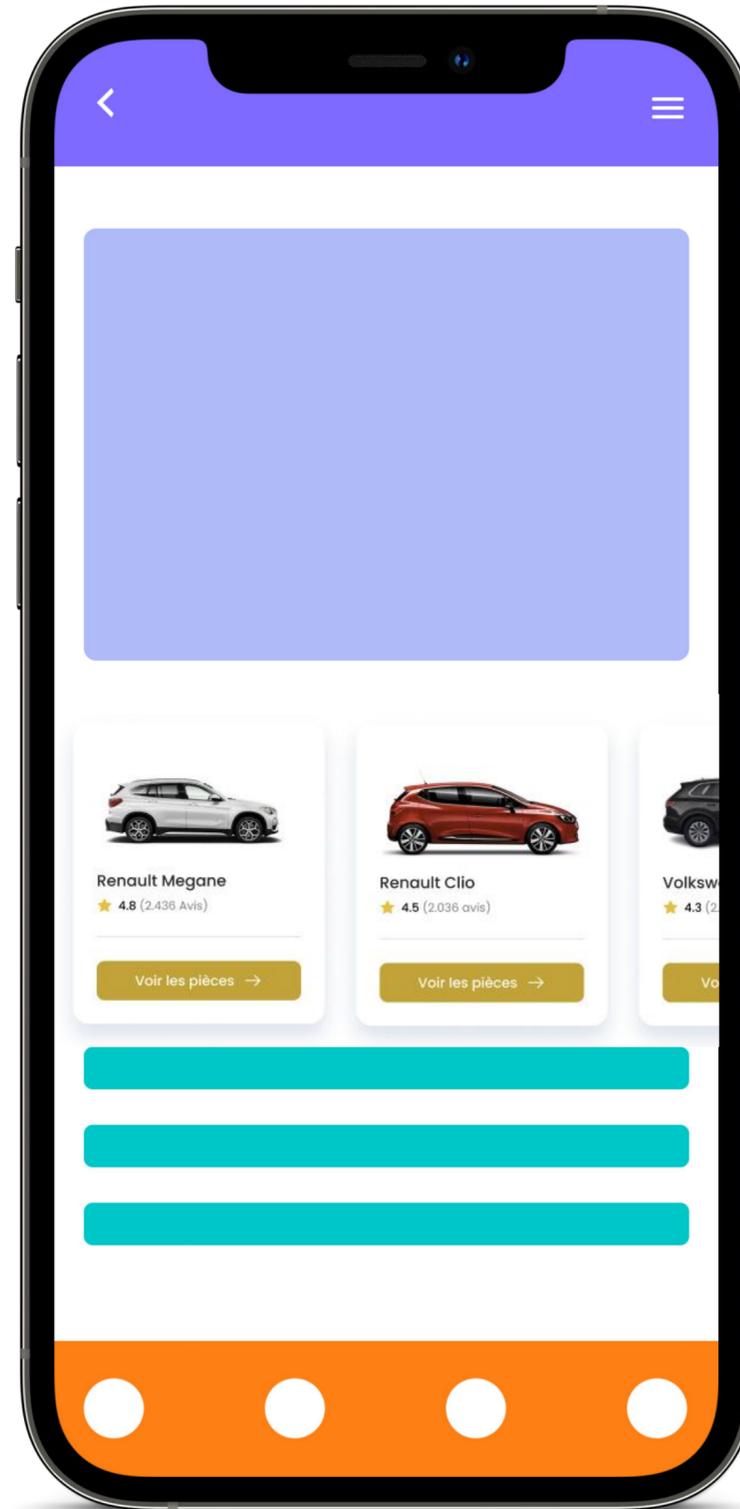
**Renault Clio**  
★ 4.5 (2.036 avis)

Voir les pièces →



**Volkswagen Touareg**  
★ 4.3 (2.236 avis)

Voir les pièces →



# Plan d'action

## Phase 1

### Préparation (1 à 2 mois avant le lancement)

1. POSITIONNEMENT DE LA MARQUE
2. OPTIMISATION DE L'APPLICATION
3. CRÉATION DE CONTENU

MISSION : PRÉPARER LE TERRAIN POUR UN LANCEMENT RÉUSSI.

## Phase 2

### Teasing (1 mois avant le lancement)

1. RÉSEAUX SOCIAUX
2. CAMPAGNE DE RELATIONS PUBLIQUES
3. ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

MISSION : CRÉER L'ATTENTE

## Phase 3

### Lancement (Jour J)

1. ÉVÉNEMENT DE LANCEMENT
2. PUBLICITÉ DIGITALE
3. APP STORE

MISSION : CRÉER L'ATTENTE

# ANALYSE DE MARCHÉ (SWOT)

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>- Produits premium adaptés aux amateurs de tuning et aux professionnels.</li><li>- Outils innovants comme un simulateur 3D sur l'application.</li><li>- Marque française, gage de qualité.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concurrence avec des plateformes établies comme Amazon ou eBay.</li><li>- Coûts élevés pour les partenariats et le marketing.</li></ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"><li>- Popularité des pièces personnalisées (<u>booming tuning</u>).</li><li>- Nouveaux marchés liés aux véhicules électriques.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concurrence de marques internationales avec des prix compétitifs.</li><li>- Dépendance aux fournisseurs de carbone, soumis à la volatilité des prix.</li></ul>

# STRATÉGIE DE COM ET MARKETING

CANAUX DE COMMUNICATION :

RÉSEAUX SOCIAUX : INSTAGRAM, TIKTOK POUR DES DÉMONSTRATIONS.

PUBLICITÉ CIBLÉE : GOOGLE ADS, FORUMS AUTOMOBILES. COLLABORATIONS

CONTENUS CRÉÉS : PRÉSENTATIONS PRODUITS : AVANT/APRÈS AVEC PHOTOS OU VIDÉOS.

TUTORIELS : INSTALLATION DE PIÈCES .

ÉVÈNEMENTS: PRÉSENTATIONS À DES SALONS (EX. SALON DE L'AUTO PARIS).



# BUYER PERSONAS

## 1ER PERSONA

*Nom : Théo Ierah*

*Age : 19 ans*

*Contexte : Théo vient d'obtenir son permis et cherche à modifier sa voiture avec des pièces de qualité, tout en restant dans son budget étudiant.*

*Objectifs :*

*Trouver des pièces stylées*

*Apprendre à installer lui-même les pièces grâce à des tutoriels*

*- Freins : Budget limité, Manque d'expérience dans le choix*

*Solution proposée : Des pièces carbone adaptées aux voitures et au budget.*

*Une application avec tutoriels simples et détaillés pour débutants.*

## 2EME PERSONA

*Nom : Sophie Parpin*

*Age : 35 ans*

*Contexte : Sophie cherche des produits de qualité provenant d'entreprises françaises pour améliorer l'apparence et la durabilité de sa voiture.*

*- Objectifs :*

*Soutenir une marque française*

*Trouver des pièces esthétiques pour des voitures haut de gamme.*

*- Freins : Le manque d'information sur la provenance des produits*

*Solution proposée : Une communication claire sur la fabrication en France et l'utilisation de carbone recyclé.*

merci

