

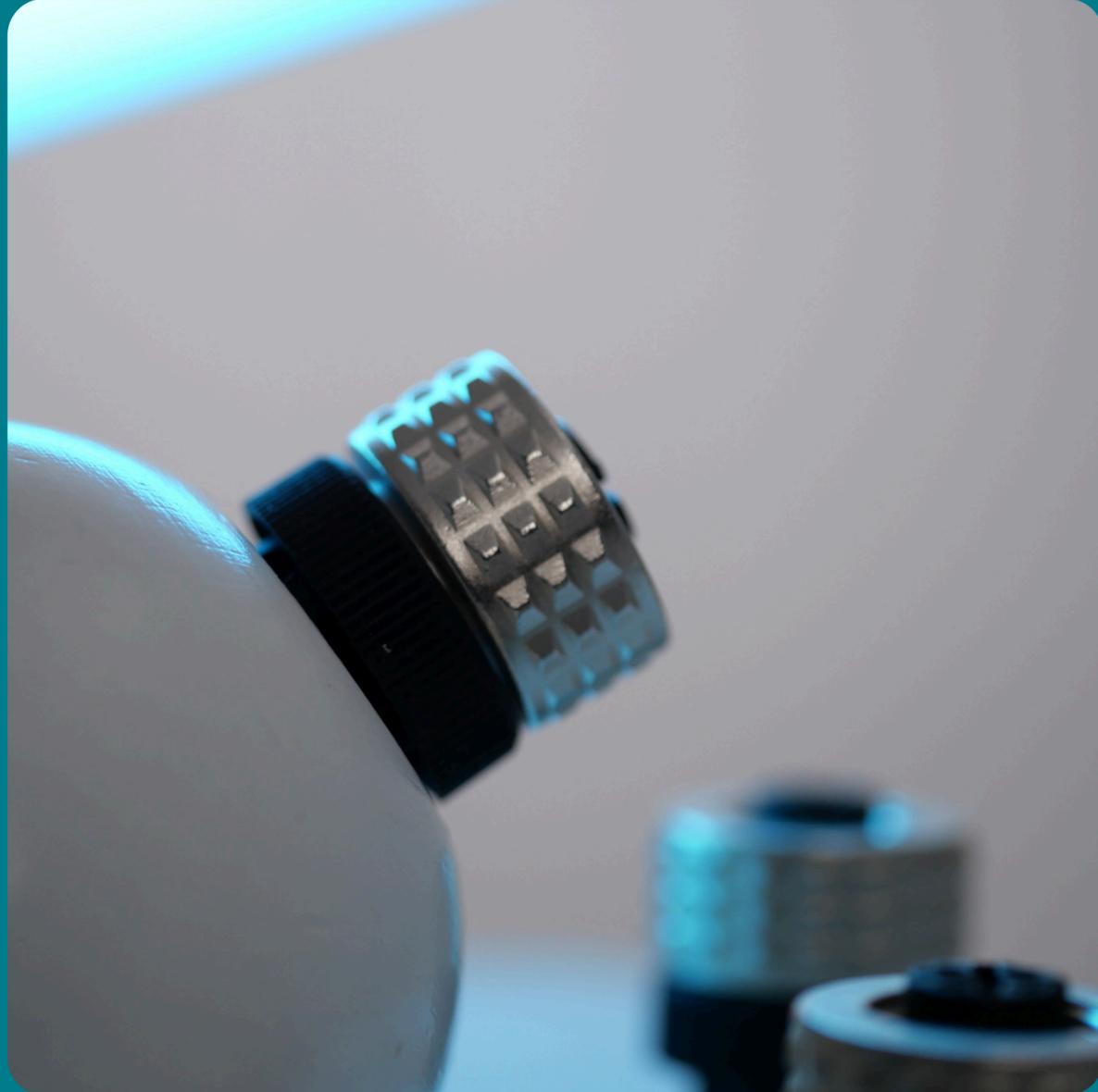
Conception éditoriale

bliiiiink 

**Cliquez. blinkez.
C'est livré.**

Sommaire

01. À propos de bliink.....	03-06
02. Notre stratégie marketing.....	07-11
03. Notre charte graphique.....	12-17



À propos

de la marque

bliiink est une borne de livraison par téléportation qui permet de recevoir instantanément vos achats depuis votre magasin préféré directement chez vous. En connectant l'article à la borne sur place, un livreur le téléporte en quelques secondes, offrant un énorme gain de temps, réduisant les déplacements et la pollution. Utilisable au quotidien, bliiink est aussi essentiel dans des situations d'urgence, comme la livraison instantanée de médicaments, transformant ainsi la vie quotidienne et bien au-delà.

Contenus : sites web, dossier de presse, animation social media, publicités.

Audience : bliiink cible principalement les ménages CSP+ et CSP++ recherchant des solutions de livraison instantanée, pratiques et accessibles. En secondaire, nous visons les grandes enseignes hors centres commerciaux, intéressées par l'innovation, et les institutions humanitaires, souhaitant optimiser le transfert de matériel de manière écologique et rapide.

Ambitions et projets

Fort de notre succès et du soutien de nos partenaires, bliink ambitionne d'améliorer son produit pour le rendre encore plus performant et polyvalent. Nous prévoyons d'investir plus de 600 000 € dans nos recherches d'ici janvier 2025, afin de renforcer notre position de leader, de développer des technologies de pointe, et de nouer des partenariats stratégiques. Ces efforts nous permettront d'innover davantage, avec l'espoir de poser les bases pour des avancées technologiques majeures, comme la téléportation humaine à long terme.



Nos valeurs

Chez bliiink, nos valeurs sont le reflet de notre engagement profond envers l'innovation, la sécurité et la durabilité. Elles guident chaque action et décision au sein de notre entreprise.



Durabilité

Nous sommes fermement engagés à assumer nos responsabilités écologiques en innovant et produisant des technologies qui réduisent drastiquement les émissions de CO2. Grâce à nos efforts, nous avons réduit nos émissions de CO2 de 35% depuis 2020, contribuant activement à la préservation de notre planète.



Sécurité

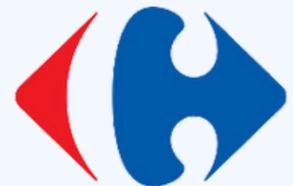
En éliminant le besoin de transport traditionnel par des livreurs, nous améliorons la sécurité et les conditions de travail en réduisant les risques d'accidents de la route, de vols et d'embouteillages. Nos solutions ont réduit les accidents de la route liés à la livraison de 25% et les embouteillages de 15% dans les zones urbaines où nos services sont déployés.



Innovation

Depuis notre création en 2018, nous avons pour mission de révolutionner le transport de marchandises. En cinq ans, nous avons amélioré l'efficacité des livraisons de 40% et réduit les coûts opérationnels de nos clients de 30%. Nous ne cessons d'innover pour rendre la vie plus facile et plus sûre, en offrant des solutions technologiques avancées et efficaces.

Nos partenaires et notre siège social



Carrefour



Siège social

17 Quai Claude Bernard, 38000
Grenoble - France



Stratégie marketing

Notre stratégie repose sur trois axes :

Inspiration et Découverte

Nous inspirons et émerveillons notre public en mettant en avant les possibilités infinies de la téléportation d'objets à travers des contenus visuels et interactifs qui suscitent la curiosité et l'intérêt.

Expérience Client et Pratique

Nous démontrons la facilité d'utilisation et la praticité de la téléportation pour les ménages et les entreprises en fournissant des contenus éducatifs et des explications claires pour répondre à leurs besoins et attentes.

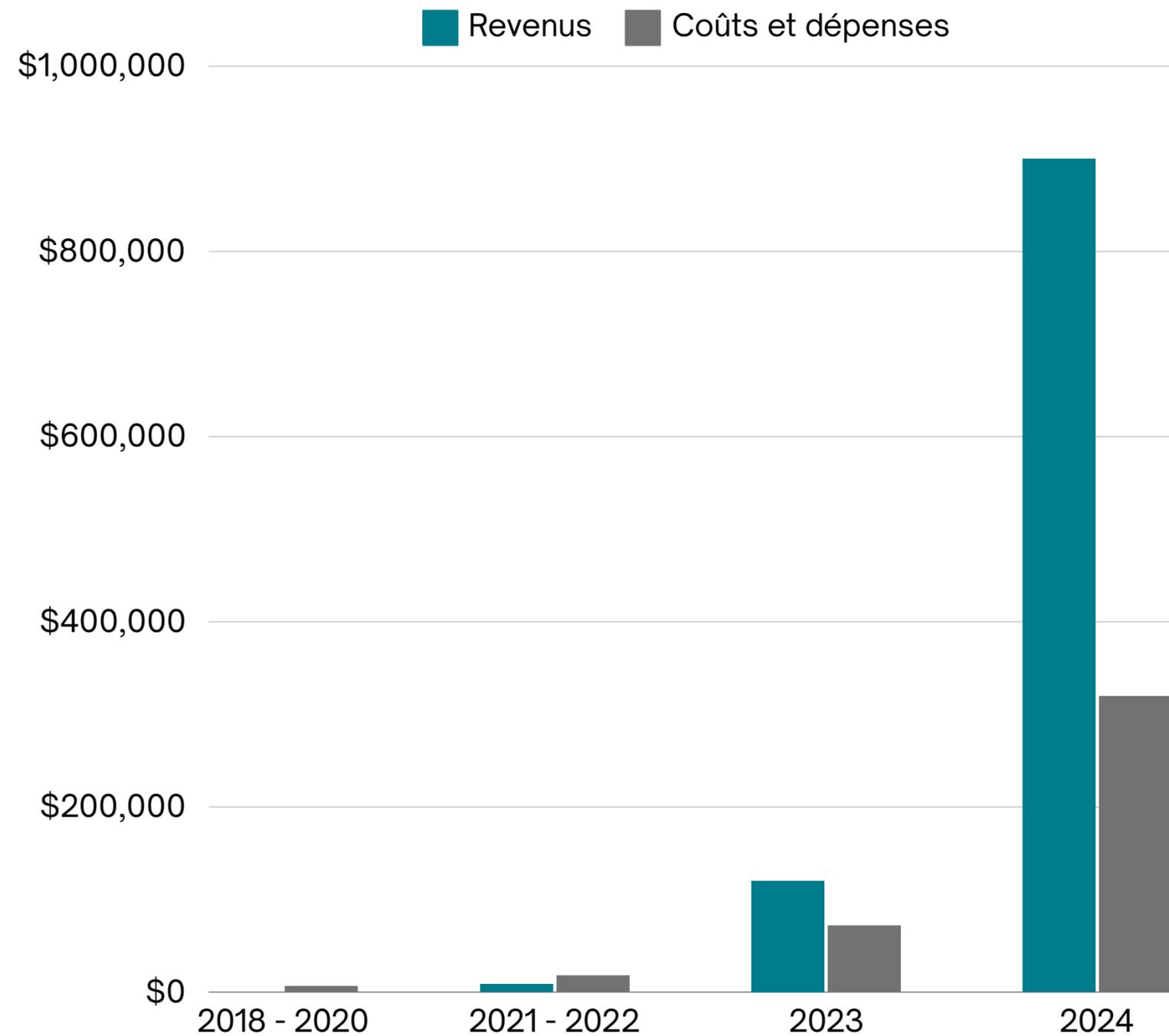
Innovation et Engagement

Nous nous positionnons comme un leader de l'innovation et un partenaire responsable et écologique en mettant en avant nos dernières innovations, nos partenariats stratégiques et nos initiatives environnementales pour renforcer notre image de marque.

PROCESSUS DE VALIDATION ET QUALITÉ

Pour assurer la qualité et la cohérence de tous nos contenus, nous appliquons un processus de validation en plusieurs étapes, conçu pour garantir que chaque publication répond aux standards élevés de bliiink :





Structure des coûts et flux de revenus

"Notre marque a connu une croissance exponentielle ces dernières années, avec une augmentation significative des revenus grâce à notre innovation continue et à notre expansion stratégique. Ces résultats confirment la solidité de notre modèle économique et nous permettent d'investir davantage dans le développement de nouvelles technologies."

PDG de bliink

Publications de bliiink

••• [X]

Twitter/X : 2 à 3 fois par jour.

Contenu : Nouvelles innovations, témoignages utilisateurs, annonces d'événements ou de partenariats, astuces sur l'utilisation du service, engagement écologique.

••• [X]

Instagram : 4 à 5 publications par semaine, incluant des stories quotidiennes.

Visuels inspirants autour de la téléportation, vidéos démontrant l'efficacité du service, stories sur les coulisses, contenu généré par les utilisateurs, infographies sur la durabilité.

Le ton de notre communication est :
élégant, clair et accessible à tous.

Il allie maturité et ambition, en abordant les enjeux actuels avec optimisme. La communication met en avant la simplicité d'utilisation et les bénéfices écologiques de votre technologie.

bliiink 

Charte graphique

Typographies

La police pour le texte sera Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

La police pour les titres sera Lulo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Codes d'écriture

Style :

- Utiliser la voix active, des phrases courtes, et un vocabulaire simple.
- Expliquer les jargons et utiliser le champ lexical de la marque.

Mise en Forme :

- Citations en italique, titres en gras.
- Pas de majuscules pour l'emphase, utiliser le gras.
- Les points clés doivent être présentés sous forme de listes à puces. Le mot 'bliink' doit toujours être écrit en minuscule.

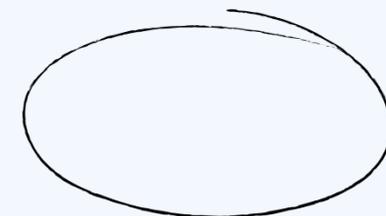
Longueur :

- Articles longs : 800-1000 mots. Textes courts : 150-600 mots.
- Paragraphes : ne pas dépasser une demi-page.

Audience :

- Vouvoiement constant.
- Accessible et conforme au RGAA.
- Privilégier les termes non genrés.

Stickers à dispositions :



Directives visuelles

Logo :

- Toujours présent sur chaque page du site et sur les contenus produits. Utiliser uniquement les déclinaisons autorisées en accord avec la charte graphique. Ne pas déformer le logo ou changer ses couleurs. Respecter un espace autour du logo équivalent au quart de sa hauteur. Utiliser les versions haute résolution pour l'impression.

Style Visuel :

- Adopter un style élégant et minimaliste, éviter les visuels surchargés. Suivre la règle des tiers pour la composition.

Formats et Résolution :

- Résolution : 72 dpi.
- Formats : JPEG, PNG, WEBP, SVG.
- Dimensions : Largeur max 1920 px, min 512 px ; Hauteur max 1080 px, min 512 px.
- Impressions : A5, A4, A3, A2. Utiliser des visuels vectoriels ou de haute qualité.

Mise en Page :

- Utiliser une grille de 12 colonnes avec des gouttières de 20px et des marges extérieures de 20px. Arrondir les coins des formulaires à 20px.

Déclinaisons



Version originale

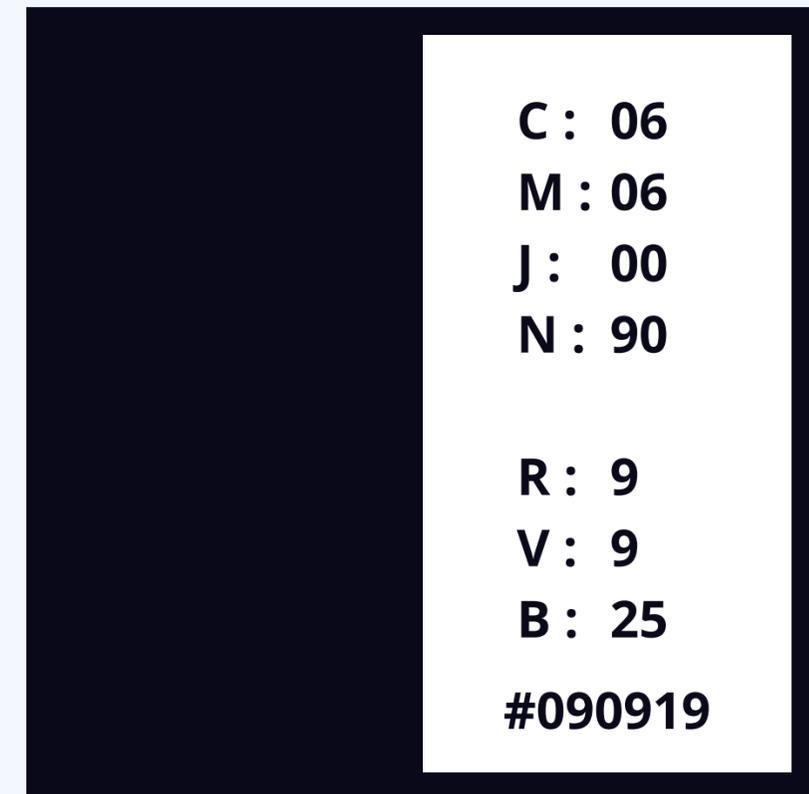
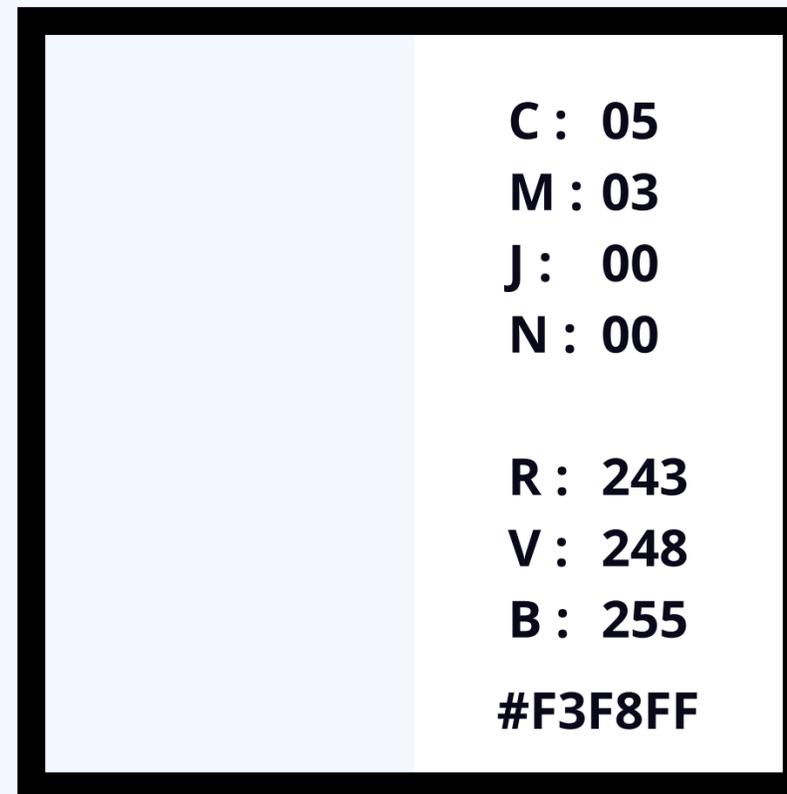
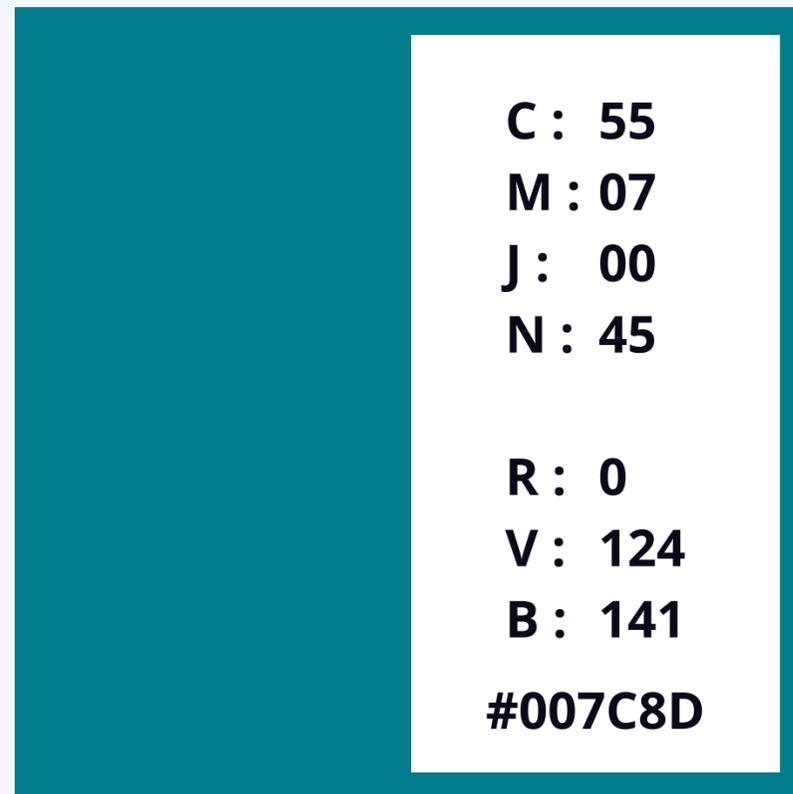


Version noir sur blanc



Version blanc sur noir

Couleurs



**La couleur principale de la marque est le #007C8D.
Les deux autres accompagnent cette dernière pour résoudre des problèmes de lisibilité.**

Vers une communication cohérente et impactante

Chez bliiink, chaque contenu que nous créons reflète notre engagement envers l'innovation, l'écologie et la simplicité. En respectant cette charte, nous garantissons une expérience utilisateur cohérente et de haute qualité à chaque point de contact. Toutefois, la créativité et l'authenticité restent au cœur de notre stratégie : n'hésitez pas à innover tout en respectant nos valeurs.

Ensemble, faisons de chaque publication une occasion de renforcer notre image de marque.



Cliquez. bliinkez. c'est livré