



AM BEAUTY

**“Éveillez vos sens, sublimez
votre quotidien”**

Sommaire

- 1 **Notre Brief**
- 2 **Charte Éditoriale/Ciblage**
- 3 **Stratégie Marketing**
- 4 **Stratégie Communication**
- 5 **Direction Artistique**
- 6 **Site internet /Conclusion**

BRIEF :

L'objectif du projet était de concevoir un site e-commerce complet, à la fois performant, cohérent et aligné avec l'univers premium de la marque.

Les enjeux principaux étaient :

- **Concevoir une architecture claire et stratégique**
- **Développer une expérience utilisateur (UX) fluide et intuitive**
- **Créer une interface utilisateur (UI) élégante et harmonieuse**
- **Valoriser les produits grâce à une direction artistique cohérente**
- **Garantir une expérience d'achat rassurante et qualitative**

Réalisé en deuxième année, ce projet m'a permis d'aborder la création d'un site marchand dans sa globalité : stratégie, structure, design et cohérence de marque.



Charte éditoriale



VALEURS AM BEAUTY



Élégance



Qualité



Bien-être



**Accessibilité
du luxe**



**Cohérence
& Harmonie**



TON ET STYLE

Élégant et raffiné

un discours soigné, précis, sans excès.

Sensoriel

un vocabulaire qui évoque les sensations, la lumière, les textures et les émotions.

Apaisant et doux

une communication qui invite au calme et à la sérénité.

Moderne et qualitatif

une prise de parole contemporaine, alignée avec un positionnement premium.



TYPE DE CONTENU

STORIES / RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux d'AM Beauty reposent sur une stratégie visuelle forte et immersive.

NOTIFICATIONS PUSH

Les notifications push sont pensées comme des rappels élégants et non intrusifs.

Elles doivent rester cohérentes avec l'univers premium et sensoriel de la marque.

ARTICLES DE BLOG / VIDÉOS

Le blog et les contenus vidéo permettent d'ancrer la marque dans une dimension experte et inspirante.

SITE INTERNET

Le site internet d'AM Beauty constitue le cœur de l'expérience de marque.

Il ne s'agit pas uniquement d'une plateforme e-commerce, mais d'un espace immersif traduisant l'univers premium, sensoriel et élégant de la marque.



CONCEPT AM BEAUTY

AM Beauty est une marque fictive imaginée dans un cadre pédagogique, positionnée sur un segment premium mêlant beauté, bien-être et élégance sensorielle.

Le concept repose sur l'idée que la beauté ne se limite pas à un produit : elle devient une expérience globale, immersive et raffinée. AM Beauty incarne un luxe accessible, moderne et délicat, où chaque détail contribue à créer une atmosphère apaisante et sophistiquée.

La marque s'adresse à une clientèle en quête de qualité, d'esthétique et d'un moment de douceur dans un quotidien souvent rythmé.



HISTOIRE

AM Beauty est née d'une vision simple : transformer un moment ordinaire en instant précieux. La marque imagine des produits qui accompagnent les rituels quotidiens — se préparer, se détendre, s'accorder une pause — et les élève vers une expérience sensorielle complète. L'univers d'AM Beauty s'inspire de la douceur, de la lumière et du minimalisme élégant. Chaque interaction avec la marque, qu'elle soit digitale ou visuelle, doit transmettre un sentiment de calme, de confiance et de raffinement.



PROMESSE

AM Beauty promet bien plus qu'un produit :

- **Une expérience sensorielle raffinée**
- **Un luxe accessible au quotidien**
- **Un moment pour soi, élégant et apaisant**

La marque s'engage à offrir une qualité perçue élevée, une esthétique soignée et une expérience digitale fluide.



STORYTELLING

AM Beauty raconte l’histoire d’un instant suspendu.

Dans un monde où tout va vite, la marque invite à ralentir.

Allumer une bougie. Appliquer un soin. Respirer.

Chaque produit devient un symbole de douceur et d’attention portée à soi.

La lumière, les textures, les parfums et le design se rencontrent pour créer un univers harmonieux, où la beauté devient un rituel intime et précieux.

AM Beauty, c’est l’élégance qui s’invite dans le quotidien – subtilement, naturellement, durablement.



Ciblage



CIBLE



Coeur de cible :

- Femmes 28–35 ans, actives, urbaines, avec un pouvoir d'achat stable, sensibles à l'esthétique et au bien-être.

Elles recherchent :

- Des produits qualitatifs et élégants
- Une expérience d'achat fluide et premium
- Des rituels beauté valorisant le moment pour soi
- Des marques cohérentes, avec une forte identité visuelle

Elles consomment de manière réfléchie, privilégient la qualité et sont attentives à l'image et au storytelling de la marque.



Cible Principale

Femmes 25–40 ans, intéressées par :

- Le lifestyle raffiné
- Le design minimaliste
- Les rituels bien-être
- Les produits premium accessibles

Elles sont actives sur Instagram, influencées par l'univers visuel des marques et habituées aux achats en ligne.



Cible Relais :

Partenaires et influenceurs qui partagent les mêmes valeurs premium et esthétiques :

- Autres marques du secteur lifestyle, beauté ou bien-être
- Influenceurs / créateurs de contenu en beauté, design ou lifestyle
- Partenariats événementiels ou capsules collaboratives

L'objectif de cette cible relais est de développer la notoriété, créer des synergies et toucher un public complémentaire par le biais de collaborations alignées avec l'identité d'AM Beauty.



Léa Million

Profil :

Âge : 32 ans
Situation : Influenceuse
beauté / lifestyle /
collaboratrice de marques.
Lieu de vie : Lyon (centre-
ville)
Lieu : Paris, réseau créatif
Revenus : Moyens
Cible : Cible relai

Motivation :

- Créer du contenu inspirant et qualitatif
- Développer sa notoriété via des collaborations premium
- Partager un univers élégant et sensoriel avec sa communauté

Freins :

- Partenariats avec des marques cohérentes et esthétiques
- Storytelling et visuels immersifs pour ses publications
- Support de communication clair et valorisant

Besoins :

- Marques incohérentes avec son univers ou peu qualitatives
- Collaborations mal alignées visuellement ou émotionnellement
- Manque de visibilité ou reconnaissance dans la collaboration

Sophie



Profil :

Âge : 32 ans

Statut : Comptable

Lieu de vie : Lyon

Situation : Mariée

Cible : Coeur de Cible

Motivation :

- Prendre soin d'elle et s'accorder des moments de détente
- Vivre une expérience beauté sensorielle et élégante
- Découvrir des produits premium et esthétiques

Freins :

- Manque de confiance envers certaines marques
- Produits peu qualitatifs ou incohérents avec l'univers premium
- Trop de choix ou navigation complexe

Besoins :

- Produits qualitatifs et design soigné
- Expérience d'achat fluide et intuitive
- Univers de marque cohérent et raffiné

Stratégie Marketing



PESTEL



P

Les produits doivent respecter la réglementation européenne sur les cosmétiques, et le gouvernement encourage les marques bio et locales, favorisant le made in France.

E

Le marché du bio est en croissance, et proposer des coffrets à petit prix permet de toucher un public large tout en valorisant la qualité et l'éthique.

S

Les consommateurs privilégient les produits respectueux de l'environnement et les routines bien-être, ce qui crée une forte demande pour les coffrets thématiques comme pour la Saint-Valentin.

T

Les ventes en ligne et le marketing digital permettent de valoriser les produits bio et sensoriels, tout en innovant dans les textures, parfums et emballages.

E

L'accent est mis sur la réduction des déchets, l'utilisation d'ingrédients bio et la protection de la biodiversité, ce qui correspond aux attentes des consommateurs éco-responsables.

L

Les labels comme Cosmébio ou Ecocert garantissent la conformité des produits et rassurent les clients, tandis que les tests sur animaux sont interdits.

POLITIQUE

ÉCONOMIQUE

**SOCIO-
CULTUREL**

TECHNOLOGIQUE

ENVIRONNEMENTAL

LÉGAL

Objectifs

SMART



Objectifs SMART (Site internet)

Pour le site e-commerce d'AM Beauty, les objectifs sont de générer une visibilité et une expérience utilisateur optimale. L'objectif est d'atteindre 1 500 visiteurs uniques par mois dans les trois mois suivant le lancement du site, tout en maintenant un taux de conversion de 3 % sur la même période. Il est également prévu de réduire le taux de panier abandonné à moins de 25 % afin de sécuriser les ventes et améliorer le parcours client. Pour renforcer l'engagement, le site vise un temps moyen passé par visite d'au moins 3 minutes, permettant aux utilisateurs de découvrir pleinement l'univers premium et sensoriel de la marque. Enfin, le site souhaite obtenir au moins 50 avis clients positifs et fiables sur les produits, afin de renforcer la crédibilité et la confiance des futurs acheteurs.



Objectifs SMART (Réseaux Sociaux)

Pour les réseaux sociaux d'AM Beauty, les objectifs sont de développer la notoriété, l'engagement et le trafic vers le site e-commerce. L'objectif est d'atteindre 1 200 abonnés sur Instagram et 800 abonnés sur Pinterest dans les trois à quatre mois suivant le lancement des comptes. En parallèle, il s'agit d'obtenir un taux d'engagement moyen de 12 % sur les publications afin de renforcer l'interaction avec la communauté. Les réseaux sociaux doivent également générer au moins 300 visites uniques par mois vers le site e-commerce, tout en contribuant à la conversion, avec un minimum de 10 ventes par mois directement issues des publications et stories. Ces objectifs permettront à la marque de consolider son image premium, d'impliquer sa communauté et de soutenir efficacement la performance commerciale.



KPI

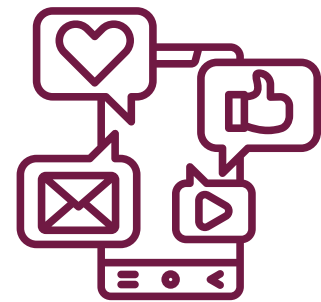




KPI (INSTAGRAM)

NOTORIÉTÉ ✨

- Nombre d'abonnés
- Portée (reach) des publications
- Impressions des posts et stories
- Mentions et partages



BUSINESS 📈

- Taux d'engagement (likes, commentaires, partages)
- Clics sur les liens vers le site
- Ventés générées directement depuis Instagram

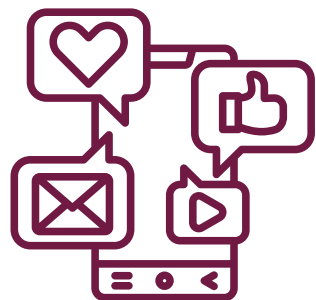




KPI (SITE INTERNET)

NOTORIÉTÉ ✨

- Nombre de visiteurs uniques par mois
- Nombre de sessions et pages vues
- Trafic organique et provenant des réseaux sociaux



BUSINESS



- Taux de conversion (visite → achat)
- Valeur moyenne des commandes
- Nombre de paniers abandonnés
- Nombre d'avis clients et notation moyenne

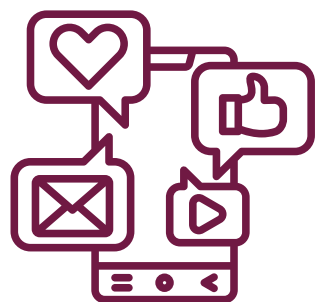




KPI (PINTEREST)

NOTORIÉTÉ ✨

- Nombre d'abonnés
- Impressions et portée des épingles
- Nombre d'enregistrements / sauvegardes d'épingles



BUSINESS 📈

- Clics sur les épingles menant au site e-commerce
- Trafic généré vers le site via Pinterest
- Ventes directement attribuées au trafic Pinterest



BENCHMARK





Réseaux sociaux :

- Facebook
- Instagram

Présence digitale :

- **Présence digitale cohérente avec le positionnement premium/niche ; le contenu valorise l'expertise et la sélection de produits, ce qui renforce l'image de marque.**

Site internet :

- **Ecocentric dispose d'un site e-commerce actif,**



Réseaux sociaux :

- Instagram

Présence digitale :

- **Forte visibilité en ligne avec une communication claire sur le zéro déchet, l'artisanat et l'éthique, ce qui lui donne un avantage en termes d'image de marque responsable.**

Site internet :

- **Comme Avant dispose d'un site propre très structuré.**



Réseaux sociaux :

- Instagram

Présence digitale :

- **La présence digitale est forte, avec une communication orientée vers l'information produit, l'éducation autour du bio et la promotion des engagements environnementaux.**

Site internet :

- **Avril dispose d'un site e-commerce dédié à la marque.**

SWOT





- **Design premium et élégant Site e-commerce fluide et fonctionnel**
- **Positionnement différenciant (bio & durable)**
- **Flexibilité pour évolutions futures**



- **Pas de notoriété ni de communauté**
- **Catalogue limité**
- **Communication digitale à développer**



- **Marché e-commerce bio en croissance**
- **Tendance écologique et zéro-déchet**
- **Storytelling et contenus immersifs**
- **Collaborations avec influenceurs locaux**



- **Concurrence établie et fidélisée**
- **Sensibilité aux certifications**
- **Évolution rapide du marché digital**

SEO

Stratégie SEO:

- Optimisation du site et du contenu
- maillage interne
- Blog
- VS
- Achat de back link (500 en 1an)
- Positionnement sur les mots clef ciblée



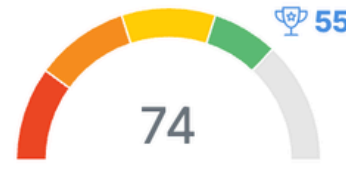
Title AM Beauty : cosmétique bio éthique et durable, une cosmétique plus naturelle 1

NEURO 100% Pa... 74

H1 AM Beauty : une cosmétique bio éthique et durable fabriquée en France

La cosmétique évolue. Aujourd'hui, de plus en plus de personnes recherchent des soins plus respectueux de leur peau et de la planète. C'est dans cette vision qu'est née AM Beauty, une marque de cosmétique bio éthique et durable fabriquée en France.

Notre mission est simple : proposer des produits de beauté plus naturels, transparents et responsables. Chez AM Beauty, chaque produit cosmétique est pensé pour allier efficacité, naturalité et respect de l'environnement. À travers cet article, découvrez les valeurs, les ingrédients et la démarche qui font d'AM Beauty une marque engagée pour une beauté plus consciente.



Select competitors v

TITLE: 100% HEADINGS: 46%
TERMS: 83% WORDS: 858
1464

Terms Outline AI-writing

Headings Article Entities

Auto-insert v

search...

all terms v

copy... v

basic: v add

cosmétique

cosmétique bi

les cosmétiqu

Content editor

SAVE

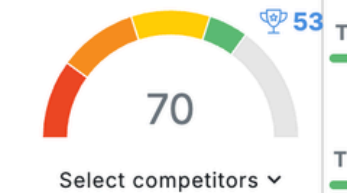
Title Saint-Valentin : kit cosmétique bio a petit prix pour offrir

NEURO 100% H1

H1 Kit Saint-Valentin AM Beauty : idées de cadeaux et routine beauté bio à petit prix

Le 14 février approche et vous cherchez un cadeau qui fait vraiment plaisir ? Avec le Kit AM Beauty, vous offrez bien plus qu'un simple produit: c'est un moment de douceur, de détente et de beauté naturelle. Ce coffret combine cosmétique bio, petit prix et plaisir sensoriel, tout en prenant soin de la peau et de la planète.

Découvrez comment ce coffret unique allie qualité, naturalité et émotion, et pourquoi il constitue le cadeau idéal pour surprendre vos proches ou vous offrir un moment cocooning.



Select competitors v

TITLE: 100% HEADINGS: 50%
TERMS: 78% WORDS: 792
1055

Terms Outline AI-writing

Headings Article Entities

Auto-insert v

search...

all terms v

copy... v

basic: v add

saint-valentin 1 / 1-4

coffret 14 / 1-9

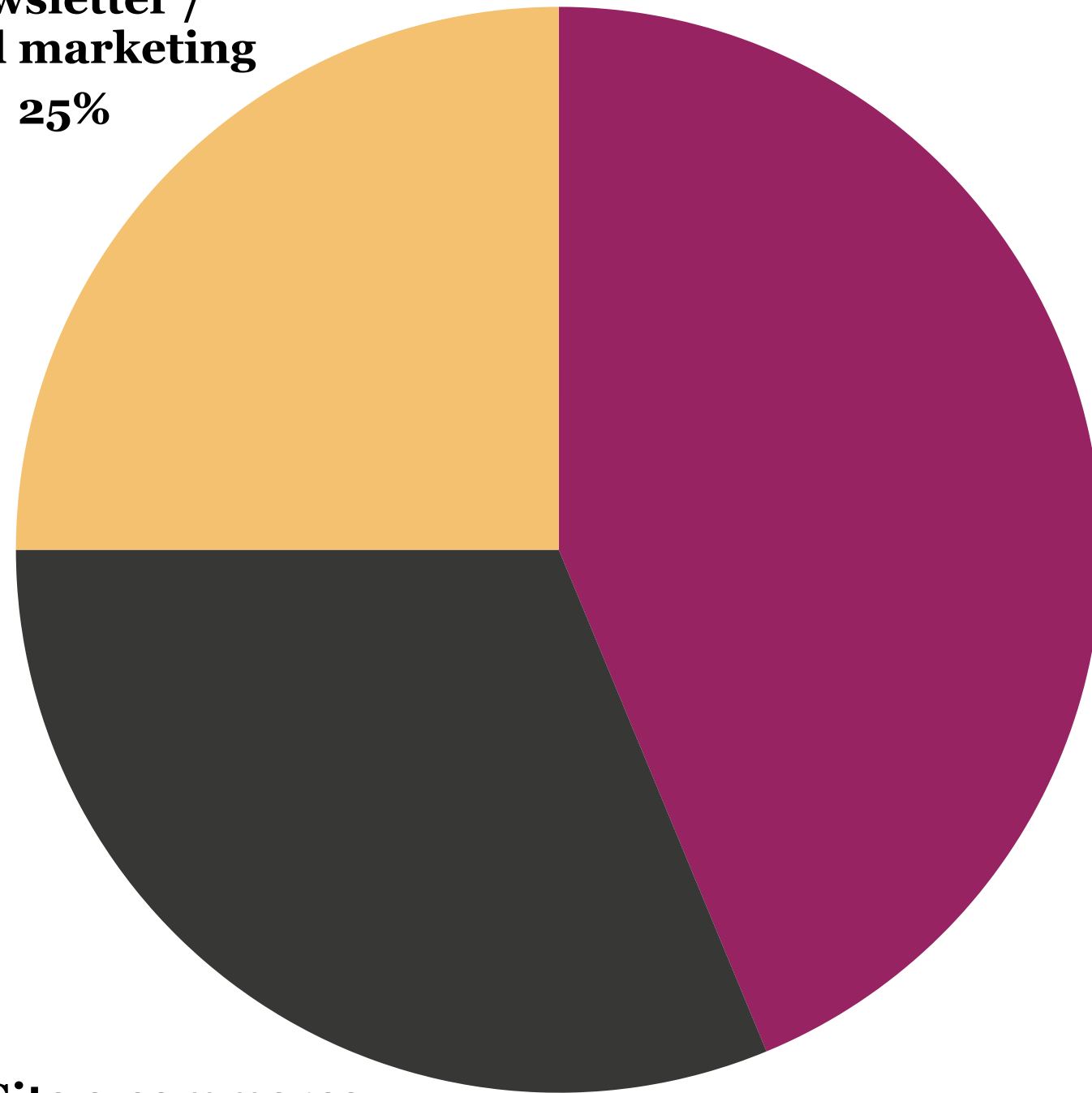
hydratant 2 / 1-2

nettoyant 1 / 1

Budget



**Newsletter /
Email marketing**
25%



Réseaux sociaux
43.8%

Site e-commerce
31.3%

Budget

1. Réseaux sociaux (60 %)
 - Publicité ciblée (Instagram/TikTok)
 - Création de contenu et visuels produits
 - Micro-influenceurs
2. Site e-commerce (30 %)
 - Développement et maintenance du site
 - Optimisation des pages produit pour conversion
 - Outils analytics pour suivre performances
3. Newsletter / Email marketing (10 %)
 - Campagnes e-mailing pour lancement et promotions
 - Automatisation (panier abandonné, suivi post-achat)
 - Segmentation clients et prospects.

inbound & lead gen



01 Création de contenus

- Articles et guides sur la routine beauté bio et coffrets cadeaux
- Tutoriels vidéos, unboxing et Reels Instagram/TikTok
- Storytelling : bio, éthique, made in France, sensoriel

02 Inbound

- Landing pages et formulaires pour capturer emails
- Lead magnets : e-book, code promo
- Automatisation : panier abandonné, suivi post-achat, newsletter

03 Renforcement SEO

- Optimisation mots-clés : cosmétique bio, coffret Saint-Valentin, idées cadeaux
- Blog SEO-friendly et backlinks avec blogs beauté
- Valorisation du made in France pour le SEO local

04 Stratégie partenaires

- Micro-influenceurs et collaborations Instagram/TikTok
- Partenariats e-commerce et concept stores bio
- Cross-marketing avec marques éthiques (bougies, thés, accessoires bien-être)

Stratégie Communication



canaux de communication

Présence Digitale :

Site internet

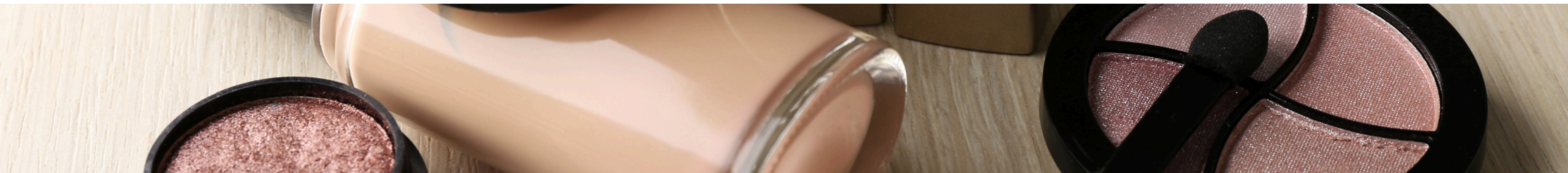
marketing



shopify



mailchimp



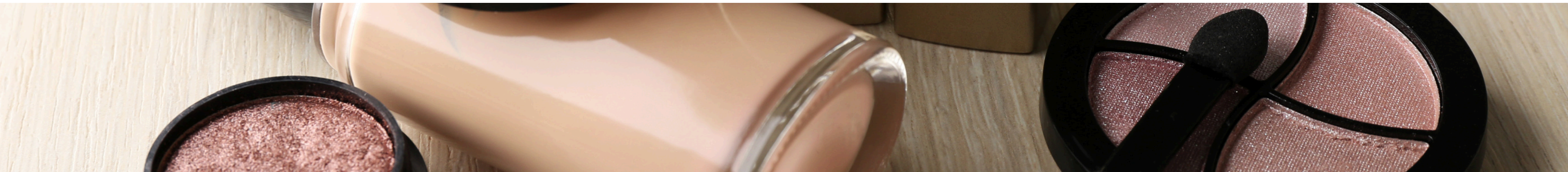
Guide de publication

fréquence de post

- Posts : 1 à 2 fois par semaine
- Reels : 1 par mois minimum
- Stories : 3 par semaine (ou plus si des événements sont prévus)

Sujets de publication

- Les bienfaits de nos produits bio
- Making off produit cosmétique
- Morning routines naturelles
- Témoignages clients
- Tips & conseils



MARS

2026

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
					1	2
3 Teaser de la marque (Reel) Instagram	4	5	6 Compte à rebours site (Story)	7	8	9
10 J-10 site E-commerce (Instagram)	11	12	13 5 conseils (Carrousel) Facebook	14	15	16
17	18 Making off (création Kit) (Instagram)	19	20	21	22 3 étapes skincare (Instagram)	23
24 Lancement site E-commerce (Instagram)	25	26	27	28	29 Story Annonce site (Instagram)	30
31						

Exemple de post





AMBeauty · Follow
Lyon FR



146k likes


AMBeauty ✨ Prenez soin de vos mains avec AM Beauty ✨
Notre crème mains au beurre de karité bio et huile de rose bio hydrate, adoucit et protège votre peau tout en vous offrant un moment sensoriel unique. 🌸👐

💛 Transformez votre routine en rituel premium et laissez vos mains rayonner de douceur.

Cliquez pour ressentir la différence AM Beauty ✨

#AMBeauty #CrèmeMains #BeautéSensorielle
#RoutineBienÊtre #SoinsPremium #HydratationNaturelle ...
more

View all 16 comments

 Add a comment...

6 days ago



DA



Couleurs Primaires

#701943

Mauve

#f3f5f9

Gris Perle

Couleurs Secondaire

#dcd9d0

Beige

#d19792

Saumon

#68162b

Marro

Typographie

Titre : Indira K - 48 px

Sous-titre : Indira K - 42 px

Texte : Georgia - 34 px

logos

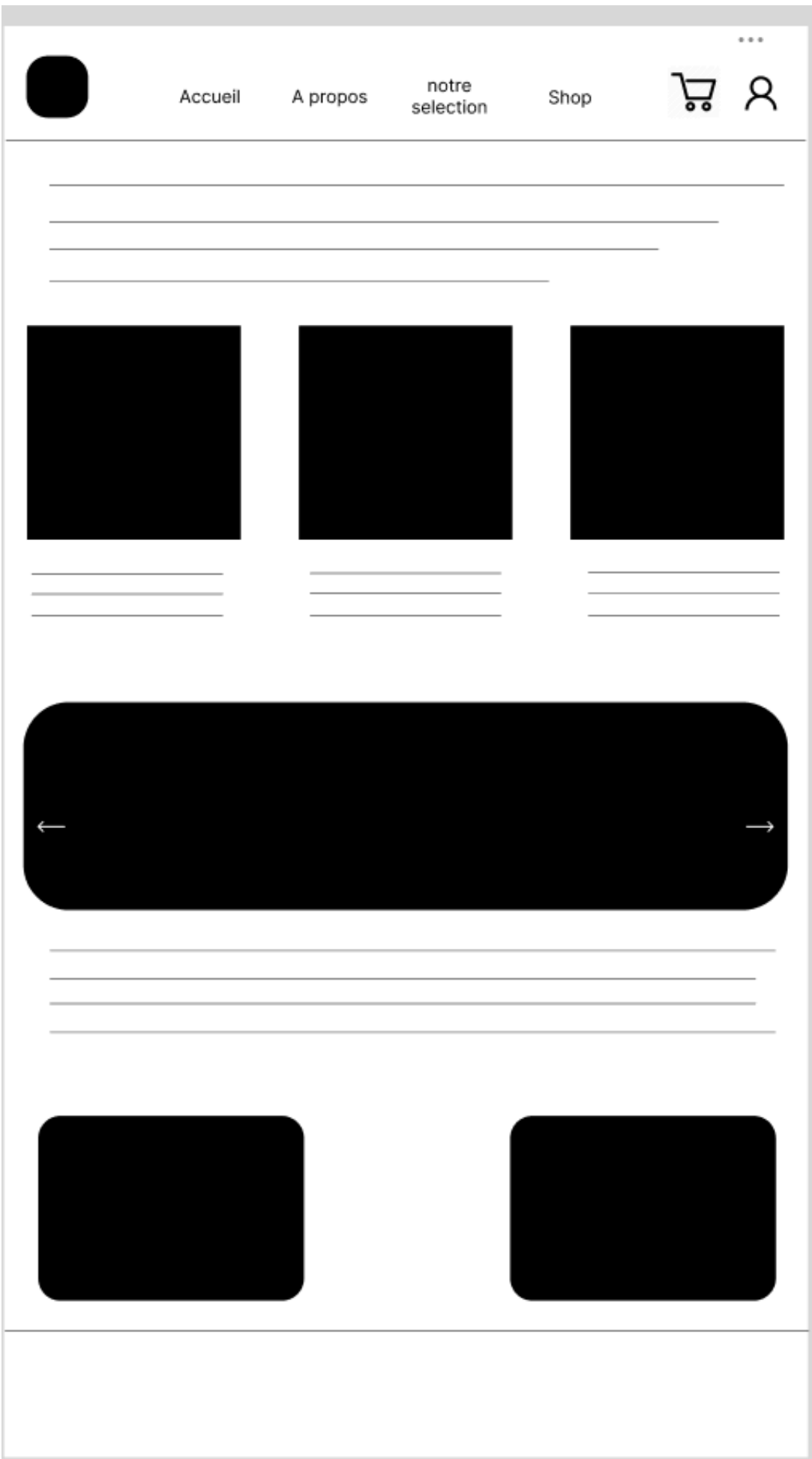


Site internet

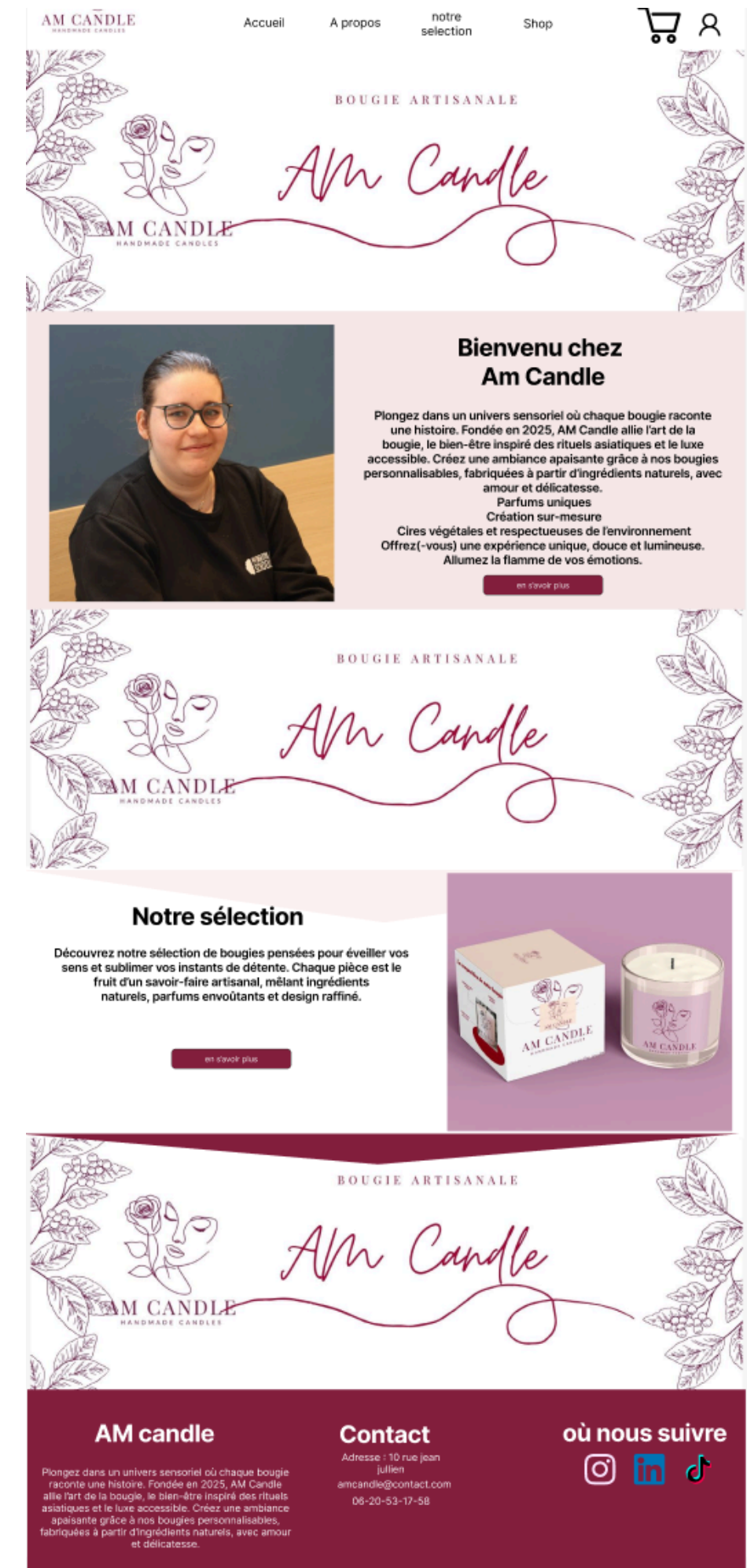


Arborescence





Maquette



Conclusion

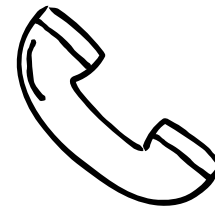


Le projet AM Beauty m'a permis de mettre en place une stratégie complète pour une marque de cosmétiques bio et écoresponsables, incluant la direction artistique, le storytelling, la communication digitale et le site e-commerce. Cette expérience illustre ma capacité à créer une expérience utilisateur immersive et cohérente, tout en valorisant les valeurs durables et éthiques de la marque, et démontre mes compétences en design, marketing et stratégie digitale.





CONCACT



- 06-20-53-17-58
- anaellemartinico.com



- Lyon croix rousse
- [@anaelle_martinico](https://www.instagram.com/anaelle_martinico)