

---

# RAPPORT DE CONCEPTION

## CHEAP FUEL APP



START PUMPIN' THOSE SAVINGS

Thomas Lown

05/2023

# SOMMAIRE

---

<b>1. Résumé</b>	<b>3</b>
<b>2. Introduction</b>	<b>3</b>
<b>3. Recherches</b>	<b>4</b>
3.1 Introduction	4
3.2 Définir les objectifs du projet	4
3.3 Méthodes de recherches	4
3.4 Matières et productions de recherches	4
3.5 Étude de marché	4
3.6 Exemple de collecte de ressources	4
3.7 Personas	5
3.8 Storyboard utilisateur	5
3.9 Analyse	5
<b>4. Brief de conception</b>	<b>6</b>
4.1 Vue d'ensemble du projet	6
4.2 Buts et objectifs	6
4.3 Public cible	7
4.4 Livrables	7
<b>5. Processus de conception</b>	<b>7</b>
5.1 Recherches - Vue d'ensemble	7
5.2 Problématiques	7
5.3 Génération du concept	8
5.4 Conception de l'identité visuelle	8
5.4.1 Logo et charte graphique	8
5.5 Application	9
5.5.1 Zoning	9
5.5.2 Maquette graphique	9
5.5.3 Fonctionnalités sélectionnées	10
5.5.4 Prototype	10
5.6 Promotion	10
5.6.1 Affiche promotionnelle	10
5.6.2 Landing page	11
<b>6. Conclusion</b>	<b>11</b>
<b>7. Annexes</b>	<b>11</b>
<b>8. Contact</b>	<b>16</b>

# 1. RESUME

---

Ce rapport de conception décrit le processus de création d'une application mobile permettant de trouver la station-service la moins chère dans une zone donnée. L'application fournit aux utilisateurs des informations sur les prix du carburant, leur permet de mettre à jour les prix, de voter pour les prix corrects et d'enregistrer leurs véhicules dans un garage virtuel pour calculer le coût d'un réservoir de carburant plein. Le rapport couvre le processus de conception du concept au prototype, y compris la création d'un logo, d'une affiche promotionnelle, d'une landing page et d'un prototype fonctionnel. Le rapport se termine par des idées d'améliorations futures.

## 2. INTRODUCTION

Dans le monde d'aujourd'hui, les prix du carburant sont très volatils et il est souvent difficile d'obtenir des informations précises en temps réel sur les prix du pétrole. Étant donné que de nombreuses stations-service et marques proposent des prix variables qui changent quotidiennement, il peut être difficile de prendre une décision éclairée quant à l'endroit où faire le plein du réservoir de son véhicule. L'absence d'une plate-forme centralisée offrant une base de données complète et facilement accessible sur les stations-service et leurs prix respectifs du carburant constitue un problème persistant en Irlande. En réponse à ces défis, j'ai conçu une application qui vise à résoudre ces problèmes et à fournir aux utilisateurs une application pratique et conviviale pour trouver la station-service la moins chère dans une zone donnée.

Des maquettes à un prototype fonctionnel, en passant par de nombreuses autres étapes, ce rapport de conception vous explique comment j'ai designer une application de comparaison des prix du carburant qui vise à révolutionner la façon dont nous recherchons la station-service la moins chère. Poursuivez votre lecture pour découvrir comment cette application peut vous aider à économiser du temps et de l'argent !

# 3. RECHERCHES

---

## 3.1 Introduction

Dans cette section, je vais parler des méthodes de recherche utilisées pour éclairer la conception de l'application de comparaison des prix du carburant Cheap Fuel.

## 3.2 Définir les objectifs du projet

L'objectif de ce projet est de concevoir une application de comparaison des prix du carburant qui permet aux utilisateurs de trouver les prix de carburant les moins chers dans une région donnée. L'application vise à fournir aux utilisateurs une interface simple et intuitive leur permettant de comparer rapidement et facilement les prix des différentes stations-service.

## 3.3 Méthodes de recherches

Pour me guider pendant la conception de l'application, j'ai mené des études de marché et des études d'expérience utilisateur.

La recherche a consisté à recueillir des informations à partir d'applications de comparaison des prix du carburant existantes, ainsi que de rapports d'études de marché et de publications du secteur. Cela m'a aidé à comprendre les tendances actuelles et les meilleures pratiques du secteur, ainsi que le paysage concurrentiel.

## 3.4 Matières et productions de recherches

J'ai mené des recherches approfondies dans l'industrie des carburants sur le territoire irlandais. Cela m'a permis de mieux comprendre comment les prix du carburant sont fixés, à quelle fréquence ils sont mis à jour et quels facteurs peuvent les influencer. **[Annexe 1]**

## 3.5 Étude de marché

Une étude de marché a été menée afin de mieux comprendre le marché des carburants en Irlande. Cela impliquait de recueillir des informations sur le nombre de stations-service dans le pays, les parts de marché des différentes chaînes de stations-service et les types de carburants les plus couramment utilisés par les consommateurs. **[Annexe 2]**

## 3.6 Exemple de collecte de ressources

J'ai rassemblé une série de ressources pour éclairer la conception de l'application. Cela comprenait des articles en ligne, des rapports industriels et des informations provenant de chaînes de stations-service.



## 3.7 Personas

Sur la base de mes recherches, j'ai identifié trois profils d'utilisateurs distincts :

Ryan : un étudiant au budget serré qui veut économiser de l'argent sur les coûts de carburant. [Annexe 3]

Austin : un retraité avec une petite pension qui veut économiser de l'argent pour profiter davantage de sa famille. [Annexe 4]

Erin : une femme d'âge moyen dotée d'un fort sens de la communauté. [Annexe 5]

Ces personas ont contribué à orienter le processus de conception et à garantir que l'application était adaptée aux besoins et aux préférences spécifiques de ces différents groupes d'utilisateurs.

## 3.8 Storyboard utilisateur

J'ai également développé un storyboard décrivant le parcours utilisateur type à travers l'application. Cela m'a permis d'identifier les frustrations potentiels et de m'assurer que l'application était conçue pour être aussi conviviale que possible. Pour ce faire, j'ai utilisé le personnage de Ryan :

1. Ryan vient de terminer son cours du mardi. Il est au supermarché et compte le montant qu'il va dépenser au centime près, car il sait qu'il ne lui reste plus beaucoup d'argent sur son compte bancaire. (**stress, perte de temps**)
2. Il songe à demander à ses parents de lui envoyer de l'argent, mais il l'a déjà demandé la semaine dernière et il ne veut pas le demander à nouveau. (**culpabilise**)
3. Il paie et retourne à sa voiture. Il démarre le moteur et constate qu'il a très peu d'essence et qu'il ne pourra probablement pas rejoindre son appartement, qu'il partage avec ses 2 colocataires Gio et Tom. (**stress**)
4. Ryan cherche sur son téléphone la station-service la moins chère à proximité, mais ne trouve rien, même s'il consulte les sites Web des principales stations-service individuellement. (**agacé, frustré**)
5. Il se rend donc dans les 3 stations-service du quartier pour trouver le prix le moins cher et retourne à la seconde qui est la moins chère. (**perte de temps/essence**)
6. Il remplit sa voiture d'essence au minimum qu'il peut, juste assez pour rentrer chez lui et aller en cours le lendemain. (**stress**)
7. Sur le chemin du retour, il passe devant une station-service moins chère et s'énerve. Il n'arrivera pas à passer une bonne soirée avec ses amis. (**frustré**)

## 3.9 Analyse

Grâce à mes recherches, j'ai pu acquérir une connaissance approfondie du marché des carburants en Irlande, ainsi que des besoins et des préférences des utilisateurs potentiels de l'application. Cela m'a permis de développer un brief de conception complet et de guider le processus de conception de manière à garantir que l'application réponde aux besoins de son public cible.

# 4. BRIEF DE CONCEPTION

---

## 4.1 Vue d'ensemble du projet

L'objectif de ce projet est de concevoir une application permettant aux utilisateurs de trouver les stations-service les plus proches et les moins chères. L'application collaborative sera basée sur le crowdsourcing pour pouvoir afficher les prix des différentes stations-service. L'application comportera diverses fonctionnalités, telles que la possibilité de saisir plusieurs véhicules en fonction de leur type de carburant et d'autres paramètres du véhicule, une fonction permettant de calculer le prix d'un plein d'essence, et bien d'autres encore.

Principales raisons de la conception de l'application :

- **Commodité:** Les personnes qui ont besoin de faire le plein de leur véhicule peuvent facilement trouver la station-service la plus proche et connaître les prix de l'essence, ce qui rend le processus de ravitaillement plus efficace et plus pratique.
- **Économiser de l'argent:** En fournissant des informations sur les prix du carburant dans différentes stations-service, l'application peut aider les utilisateurs à économiser de l'argent en les orientant vers la station-service la moins chère.
- **Forte demande:** Compte tenu du grand nombre de véhicules en circulation en Irlande, il existe une forte demande de méthodes efficaces et pratiques pour localiser les stations-service.
- **Fluctuations de prix:** Les prix de l'essence en Irlande fluctuent fréquemment. Il est donc important pour les conducteurs de disposer d'informations à jour sur les options les moins chères.
- **Adapté aux touristes:** L'Irlande étant un grand nombre de touristes, une application fournissant des informations sur les stations-service peut aider les visiteurs à naviguer plus facilement dans le pays.

## 4.2 Buts et objectifs

Les principaux buts du projet sont les suivants :

- Fournir aux conducteurs en Irlande un moyen pratique et fiable de trouver la station-service la plus proche offrant les meilleurs prix de carburant.
- Améliorer l'expérience utilisateur lors de la recherche des prix du carburant et de la navigation vers les stations-service.
- Renforcer la concurrence entre les stations-service et promouvoir une tarification du carburant juste et transparente.

Les objectifs du projet sont:

- Concevoir une application mobile facile à utiliser, intuitive et visuellement attrayante avec une interface conviviale qui permet aux utilisateurs de trouver rapidement et facilement les informations dont ils ont besoin.
- Fournir des informations précises et à jour sur le prix du carburant provenant directement des utilisateurs.

## 4.3 Public cible

---

L'application s'adresse aux conducteurs irlandais qui recherchent les meilleurs prix de carburant et les stations-service situées à proximité. L'application est conçue pour être accessible à un large éventail d'utilisateurs, des jeunes conducteurs férus de technologie aux conducteurs plus âgés qui sont peut-être moins familiarisés avec la technologie mobile. L'application est particulièrement utile pour les conducteurs qui parcourent fréquemment de longues distances ou qui ont un budget serré et qui souhaitent économiser de l'argent sur le carburant, du temps et de l'énergie en recherchant le carburant le moins cher.

## 4.4 Livrables

Application mobile

Prototype utilisable

Écrans d'applications explicatifs

Logo et charte graphique

Landing page

Affiche promotionnelle

# 5. PROCESSUS DE CONCEPTION

## 5.1 Recherches - Vue d'ensemble

Lors de la conception de l'application, mon objectif principal était de créer une expérience utilisateur simple, claire et intuitive pour aider les conducteurs à trouver les stations-service les plus proches et les moins chères. J'ai étudié les différentes applications existantes et les tendances du marché pour m'inspirer et m'aider à créer une application unique et innovante. Enfin, j'ai choisi des couleurs et des formes simples et modernes pour l'interface utilisateur de l'application, en gardant à l'esprit la simplicité et la convivialité pour que les utilisateurs puissent trouver rapidement et facilement les informations dont ils ont besoin.

## 5.2 Problématiques

- Difficulté à trouver les meilleures offres de carburant dans la région.
- Processus fastidieux et chronophage de recherche manuelle des prix du carburant dans différentes stations-service.
- Manque de transparence en matière de prix du carburant.
- Inconvénients causés par le fait de parcourir de longues distances pour économiser de l'argent sur le carburant.
- Nécessité d'une interface d'application conviviale et fonctionnelle

## 5.3 Génération du concept

L'idée d'une application de comparaison des prix du carburant m'est venue à mon arrivée en Irlande. En tant que nouveau venu dans la région, je ne savais pas où trouver l'essence la moins chère, et avec tant de stations-service en ville et les prix qui changeaient tous les jours, il était presque impossible d'obtenir une réponse claire. J'ai donc demandé à des locaux qui eux-mêmes ne savaient pas me répondre. Cela m'a incité à créer une application qui permettrait aux gens de comparer plus facilement les prix du carburant et d'économiser de l'argent.

Après quelques recherches, j'ai découvert que l'essence et le diesel étaient les types de carburants les plus couramment utilisés en Irlande. Bien que la mise en place de bornes de recharge électriques soit un excellent ajout à l'application, cela n'était pas faisable car toutes les stations-service ne disposaient pas d'une borne de recharge. Je me suis donc concentré sur les comparaisons entre l'essence et le diesel.

Pour rendre la comparaison encore plus pratique, j'ai décidé d'inclure un garage virtuel où les utilisateurs pourraient enregistrer leurs véhicules et obtenir d'autres informations pertinentes telles que le type de carburant et la capacité du réservoir. Cela permettrait à l'application de calculer le coût d'un plein de carburant et le coût d'un trajet vers une station-service en particulier. Cela aiderait les utilisateurs à prendre une décision éclairée quant à l'endroit où se procurer le carburant dont ils ont besoin.

## 5.4 Conception de l'identité visuelle

### 5.4.1 Logo et charte graphique

Lors de la conception de l'identité visuelle, la première étape a consisté à créer un logo représentant l'application et son objectif. Il a été conçu pour être simple, mais efficace, et pour refléter l'idée de comparer les prix des carburants. Le processus de conception a consisté à esquisser diverses idées, notamment une goutte d'essence, une poignée de pompe à essence et une vieille pompe à essence, entre autres. Toutefois, le modèle choisi était un panneau de tarification du carburant, qui représente à la fois le carburant et son prix.

Les couleurs utilisées pour le logo de l'application, orange #E27200 et marron #964900, ont été choisies avec soin pour représenter le concept de carburant et de stations-service. L'orange est souvent associée à l'énergie, à la chaleur et à l'excitation, ce qui convient parfaitement à une application axée sur le carburant et les transports. De plus, l'orange est une couleur fréquemment utilisée sur les panneaux d'avertissement, y compris ceux que l'on trouve sur les pompes à essence, ce qui en fait un choix approprié pour l'application.

La couleur brune complète l'orange et représente les tons terreux de l'essence et du pétrole, ce qui renforce encore l'association avec le carburant. Cela donne également un aspect plus sophistiqué au logo, le rendant plus professionnel et plus fiable. Ensemble, ces couleurs créent un sentiment de familiarité et de fiabilité, qui sont des qualités importantes pour une application utilitaire telle qu'une application de comparaison de carburant.



Logo



# E27200



# 964900

---

J'ai choisi la police DS Digital pour la typographie, qui fait référence à la police utilisée sur les panneaux de tarification du carburant.

Pour garantir la cohérence et la clarté de tous les supports de marque, une charte graphique a été créée pour le logo. Elle inclut des informations sur l'utilisation du logo, la taille minimale, les variations de couleur et l'emplacement. Ce guide contribue à préserver l'intégrité de la marque et garantit que le logo est utilisé correctement dans tous les contextes.

## 5.5 Application

### 5.5.1 Zoning

Dans le cadre du processus de conception de mon application, j'ai utilisé le zoning **[Annexe 6]** pour m'aider à conceptualiser la mise en page et les fonctionnalités de l'application. Cette étape m'a permis d'esquisser rapidement des idées et de tester différentes options de conception sans m'enliser dans les détails. Le zoning s'est révélée un outil utile pour identifier les problèmes d'utilisabilité potentiels dès le début du processus de conception, tels qu'une navigation confuse ou une hiérarchie visuelle peu claire. Cela m'a également aidé à identifier les fonctionnalités essentielles à la fonctionnalité de l'application et celles qui pouvaient être supprimées ou affinées. Dans l'ensemble, le zoning était une étape essentielle du processus de conception de l'application, car il m'a permis de me faire une idée plus précise de l'apparence et du fonctionnement de l'application avant de passer aux étapes du filaire haute fidélité et du prototype.

### 5.5.2 Maquette graphique

La maquette graphique **[Annexe 7]** est la prochaine étape du processus de conception de l'application. Il s'agit d'une version plus détaillée du zoning qui permet de créer une image plus claire de ce à quoi ressemblera le produit final. Pour cette étape, j'ai utilisé la même palette de couleurs que pour le logo, mais avec des tons plus clairs tels que #FEF1EB ou #FFDCC6, pour le rendre plus attrayant visuellement. J'ai également utilisé des formes arrondies dans la conception pour donner à l'application un aspect plus convivial et plus accessible.



#FEF1EB



#FFDCC6

Pour différencier le carburant le moins cher du carburant le plus cher, j'ai utilisé un système de code couleur. Le vert représente le carburant le moins cher, l'orange le carburant à prix moyen et le rouge le carburant le plus cher. Cela permet aux utilisateurs d'identifier rapidement les options de carburant les plus économiques dans leur région.

Pour garantir la cohérence entre toutes les pages de l'application, j'ai utilisé des icônes de la bibliothèque Material Design 3. Cela permet non seulement de maintenir la cohérence du style, mais aussi de faciliter la navigation des utilisateurs dans l'application.



## 5.5.3 Fonctionnalités sélectionnées

L'application inclut plusieurs fonctionnalités destinées à améliorer l'expérience utilisateur et à fournir les informations les plus précises et les plus récentes sur les prix du carburant. L'une des fonctionnalités principales est la carte, qui permet aux utilisateurs de trouver rapidement la station-service la moins chère dans une zone donnée. Une autre fonctionnalité importante est l'option de mise à jour du prix, qui permet aux utilisateurs de saisir le nouveau prix du carburant dans une station-service afin de garantir l'exactitude des informations affichées. L'option de vote permet aux utilisateurs de vérifier l'exactitude du prix du carburant indiqué en votant, fournissant ainsi une validation supplémentaire des informations affichées. La fonction de garage virtuel permet aux utilisateurs d'enregistrer tous les détails de leur véhicule, tels que la taille du réservoir et la consommation moyenne, afin de calculer avec précision le coût d'un réservoir plein. Les utilisateurs peuvent également changer le type de carburant du diesel à l'essence directement depuis la carte. Il est possible d'ajouter des stations-service qui ne figurent pas déjà sur la carte, ce qui permet d'améliorer la précision et l'exhaustivité générales de l'application.

## 5.5.4 Prototype

J'ai également créé un prototype fonctionnel de l'application **[Annexe 8]**. Le prototype permet aux utilisateurs de naviguer entre les différentes fonctionnalités et de mieux comprendre l'expérience utilisateur globale. Le prototype a été créé à l'aide de Figma, ce qui permet une interface utilisateur fluide et intuitive. Le prototype inclut toutes les fonctionnalités qui ont été sélectionnées au cours du processus de conception. Cela m'a permis de tester la logique de l'application et de faire des ajustements pour améliorer la convivialité. Par exemple, j'ai pu identifier le besoin de boutons plus grands dans certaines zones de l'application afin de faciliter l'interaction des utilisateurs.

Pour ceux souhaitant tester le prototype, vous pouvez y accéder en cliquant ici: **[Le Prototype]**

## 5.6 Promotion

### 5.6.1 Affiche promotionnelle

Une affiche promotionnelle est un bon moyen de susciter l'intérêt pour l'application et de toucher un public plus large. J'ai créé une affiche **[Annexe 9]** pour informer les gens de la date de sortie de l'application et les encourager à la télécharger sur l'Apple Store et le Google Play Store. L'affiche utilise des techniques de marketing telles que des codes QR pour faciliter le téléchargement et souligne que l'application est gratuite. J'ai conservé les mêmes couleurs et polices utilisées tout au long du projet afin de maintenir la cohérence et de créer une marque forte. Le logo est affiché bien en évidence pour permettre aux utilisateurs de reconnaître facilement l'application. De plus, l'affiche présente les six fonctionnalités les plus importantes de l'application, afin que les utilisateurs puissent rapidement comprendre ce que l'application propose et comment elle peut leur être utile. Enfin, l'affiche inclut un mockup de l'application pour montrer à quel point elle est facile à utiliser et à comprendre ses fonctions.

## 5.6.2 Landing page

En plus de l’affiche promotionnelle, j’ai créé un landing page [Annexe 10] sur le site Web afin de promouvoir davantage l’application et d’encourager les visiteurs à la télécharger ou à s’abonner à la newsletter. La page de destination présente les mêmes couleurs et polices que le reste du projet afin de maintenir la cohérence de l’image de marque. Les visiteurs peuvent facilement trouver les comptes de réseaux sociaux associés à l’application, ainsi que trois mockup de l’application et trois écrans de présentation expliquant clairement et simplement l’objectif de l’application. La landing page sert de plate-forme supplémentaire pour promouvoir l’application et attirer de nouveaux utilisateurs.

## 6. CONCLUSION

Dans l’ensemble, cette application de comparaison des prix du carburant est conçue pour simplifier le processus de recherche des prix de carburant les moins chers et fournir aux utilisateurs des informations utiles sur leur consommation de carburant. Grâce à des améliorations et à des mises à jour continues, cette application pourrait devenir un outil essentiel pour les conducteurs qui souhaitent économiser de l’argent sur le carburant.

Les futures idées d’amélioration de l’application incluent :

- Ajouter d’autres types de carburants tels que le B10 ou des bornes de recharge électriques
- Incorporation d’une fonction de direction pour guider le conducteur vers la station-service
- Fournir des informations sur les services de la station-service tels que la nourriture, etc.
- Notifications d’alerte de prix
- Ajout de la possibilité de trouver la station-service la moins chère sur un itinéraire donné
- Mise en place d’un système de récompenses pour les utilisateurs qui mettent à jour les prix et votent, par exemple en leur offrant des points échangeables contre de l’argent, des bons d’achat ou une expérience personnalisée, telle que l’accès à des skins pour leurs véhicules dans leur garage virtuel, encouragerait l’engagement et la contribution de la communauté des utilisateurs de l’application.

## 7. ANNEXES

### Annexe 1 - Données du marché

Taille du marché - Station-service en Irlande:

- 3 milliards €
- Nombre d’entreprises: 1858
- Nombre d’emplois dans l’industrie :16986

Litres de carburant consommés en Irlande en 2021 :

- Diesel : 3,4 milliards de litres
- Essence sans plomb : 825 millions de litres

Nombre de voitures particulières en Irlande :

- 2, 036M

Nombre de stations-service :

- Environ 1500

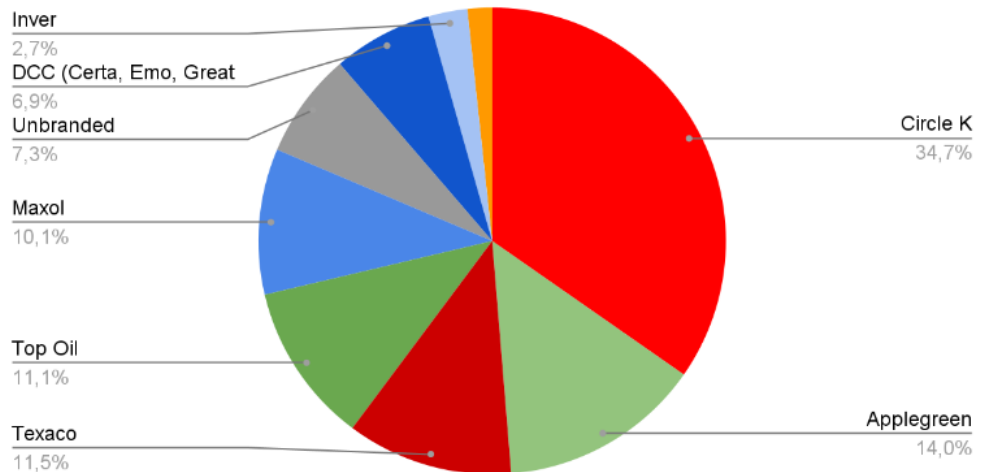
Nombre de conducteurs :

- 439/1000 Irish possède au moins une voiture
- 5 033 millions d’habitants en Irlande  
->  $(439/1000) * 5,033 \text{ millions} = 2,2 \text{ millions}$  de personnes en Irlande possèdent au moins une voiture

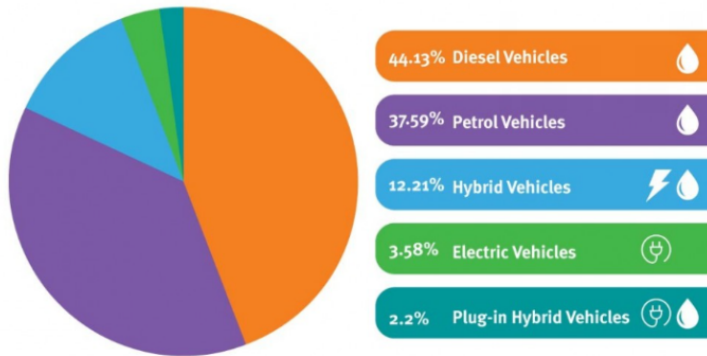
# Annexe 2 - Étude de marché

## Market Shares Of Petrol Stations

In Ireland in 2021



## New Car Market By Engine Type



# Annexe 3 - Persona 1

## RYAN O'BRIEN

**PERSONALITY**

Ryan is a hardworking and determined individual who is committed to his education. He is a bit introverted and can be reserved around new people, but he is friendly and has a good sense of humor once he gets to know someone. Ryan is also a bit of a perfectionist, and he can get frustrated with himself when he feels like he's not meeting his own high standards. Despite his financial struggles, Ryan remains optimistic about his future and is always looking for ways to improve his situation.

**HOBIES**

- Reading
- Rugby
- Spending time with his friends

**VALUES**

- Education and personal growth
- Independence and self-sufficiency
- Personal responsibility and accountability
- Determination and hard work

**GOALS**

- Be independant
- Enjoy moments with his friends
- Graduate his masters degree
- Build a good career

**FEARS**

- Not being able to pay for his education
- Falling behind academically
- Being stuck in a dead-end job
- Losing his sense of independence

**DIGITAL FLUENCY**

- Internet: 5/5
- Mobile: 4/5
- Social networks: 3/5
- Frequency: 2/5

**PERSONAL DETAILS**

AGE: 22

LOCATION: Wexford

EDUCATION: Master degree in tourism

PROFESSION: Full-time student in tourism  
With part-time job in a fast-food

MARITAL STATUS: Single

CHILDREN: 0

INCOME: €600 per month

## Annexe 4 - Persona 2



### AUSTIN CROSSIN

**PERSONALITY**

Austin is a kind and compassionate person who values his family above all else. He is a hard worker who is facing financial struggles due to a lack of a good pension, but he remains optimistic and grateful for what he has. Despite his challenges, Austin maintains a positive outlook on life and is committed to his values. He is open-minded and willing to listen to different perspectives, but he also has a strong sense of morality and always tries to do what is right.

**HOBIES**

- DIY projects
- Watching TV/movies
- Spending time with family

**VALUES**

- Family
- Hard work
- Perseverance
- Faith

**GOALS**

- Health and wellness
- Take care of his grand children
- Foster social connections
- Stay physically active

**PERSONAL DETAILS**

AGE: 67

LOCATION: Killaloe

EDUCATION: High school diploma

PROFESSION: Retired cook

MARITAL STATUS: Married

CHILDREN: 3

INCOME: €1000 per month


**FEARS**

- Not being able to cover basic living expenses
- Losing independence
- Missing out on experiences with his family

**DIGITAL FLUENCY**

- Internet: 2/5
- Mobile: 3/5
- Social networks: 2/5
- Frequency: 3/5

## Annexe 5 - Persona 3



### ERIN DAVIS

**PERSONALITY**

Erin is a caring person who always puts the needs of others first, whether it's her family, friends, or the wider community. Erin has a strong sense of community and believes in the power of collective action to bring positive change to society. She actively volunteers her time to support local charities and organizations and encourages others to do the same. She is meticulous and always strives for excellence in her work. Despite her busy schedule, Erin always makes time for her family and loves nothing more than spending quality time with them.

**HOBIES**

- Volunteering at local charities
- Spirituality
- Gardening

**VALUES**

- Family and relationships
- Community involvement
- Altruism
- Fairness and equality

**GOALS**

- Making a positive impact on the world
- Raise her child
- Volunteer regularly
- Build stronger relationship

**PERSONAL DETAILS**

AGE: 42

LOCATION: Galway

EDUCATION: Master degree in accounting

PROFESSION: Accountant

MARITAL STATUS: Married

CHILDREN: 1

INCOME: €1600 per month

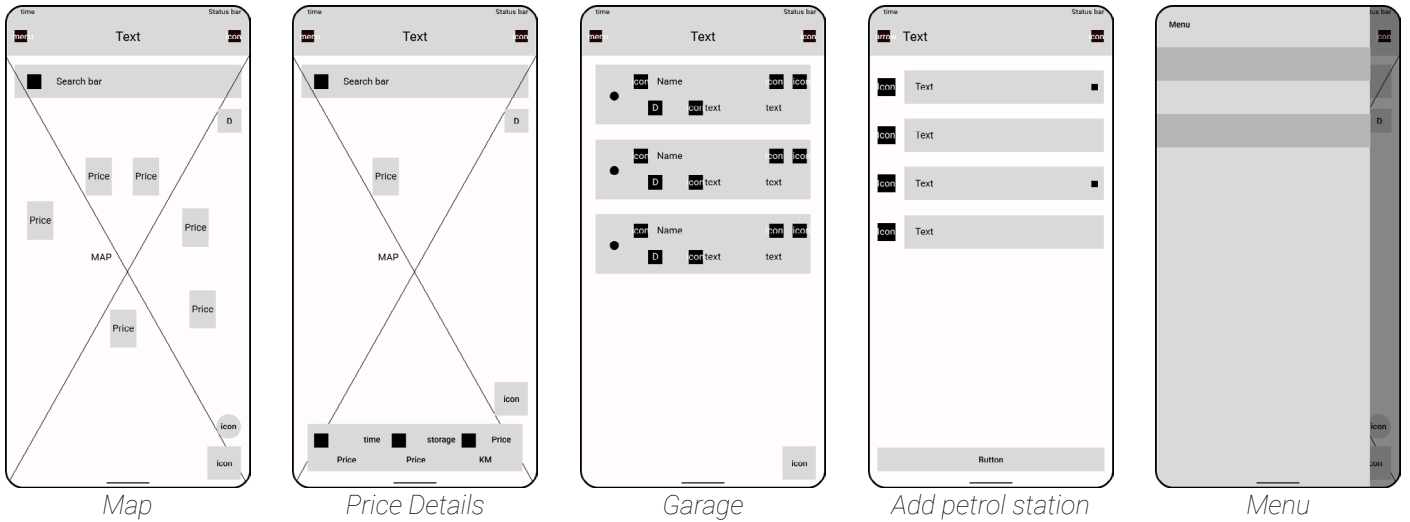
**FEARS**

- Not have enough time to take care of others
- Not being able to provide for her daughter
- Disappointing others

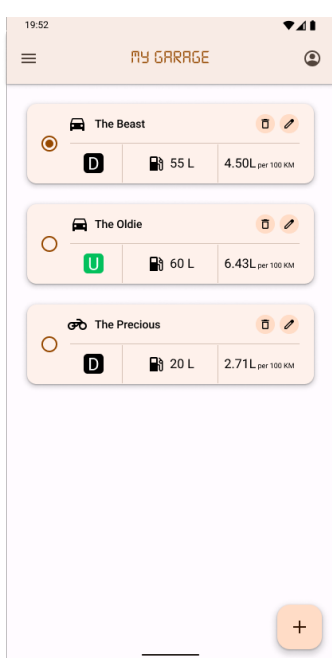
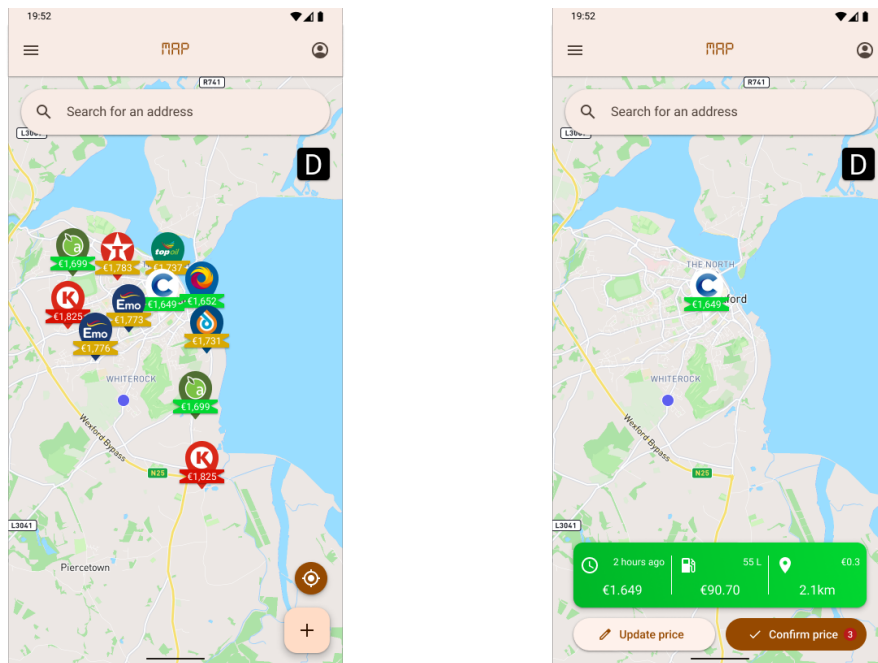
**DIGITAL FLUENCY**

- Internet: 4/5
- Mobile: 4/5
- Social networks: 3/5
- Frequency: 4/5

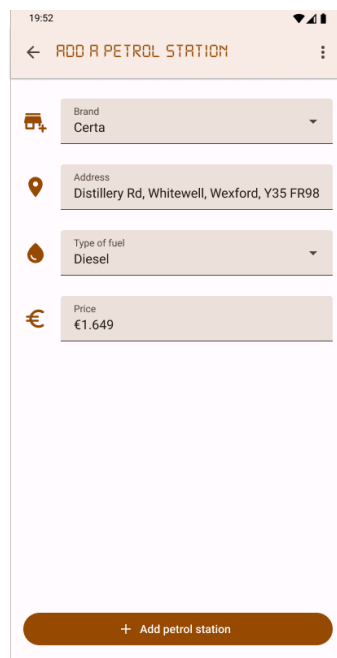
# Annexe 6 - Zoning



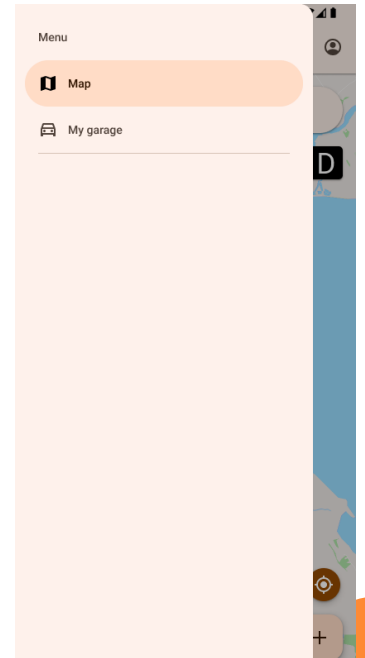
# Annexe 7 - Maquette graphique



Garage



Ajouter une station



Menu

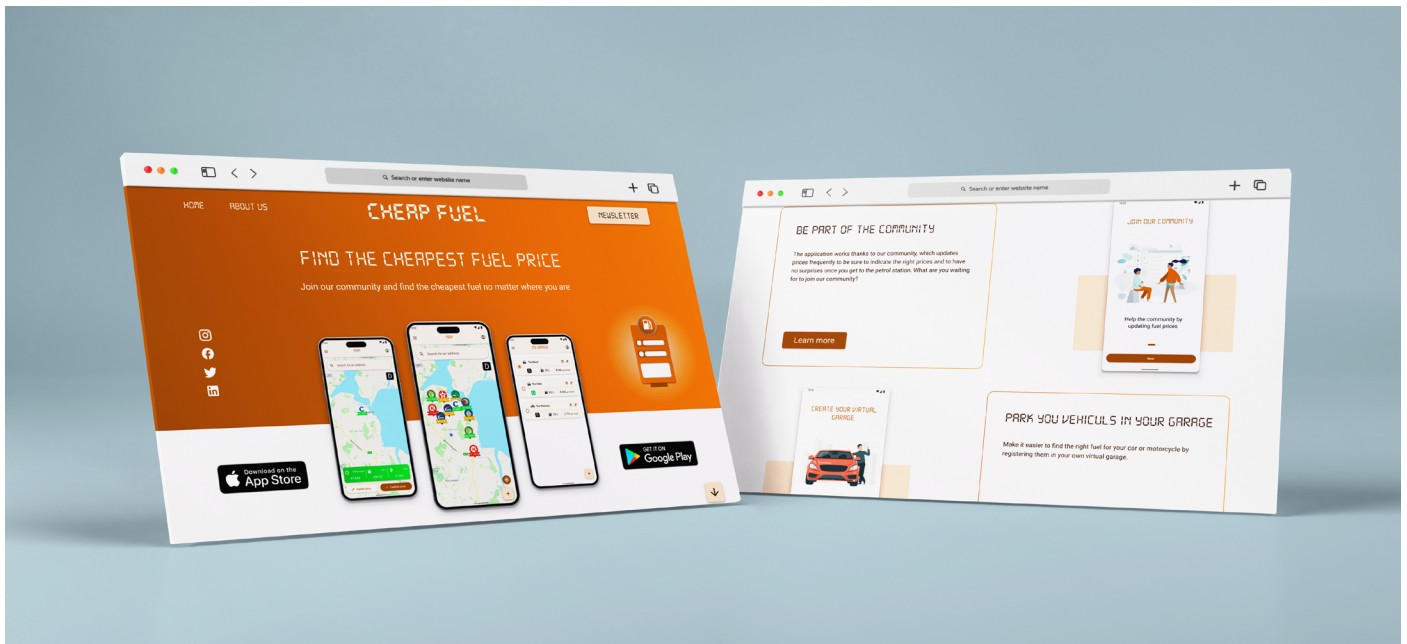


# Annexe 8 - Prototype



# Annexe 9 - Affiche promotionnelle





## 8. CONTACT

Si vous souhaitez me contacter pour collaborer avec moi, pour une demande de renseignements ou pour toute autre raison, vous pouvez m'envoyer un email à l'adresse suivante :

[joretlown@gmail.com](mailto:joretlown@gmail.com)

De plus, si vous souhaitez en savoir plus sur mon parcours et mes expériences, retrouver moi sur LinkedIn :

[linkedin.com/in/thomas-joret-low/n/](https://www.linkedin.com/in/thomas-joret-low/n/)

Je suis impatient de vous avoir de vos nouvelles et de collaborer avec vous pour faire grandir ce projet !