



LOKA

Ta paire. Ton identité.

Chaussures personnalisées
& responsables

Stratégie e-business & omnicanale

Présenté par :

Oussama Guelmami & Amadou Sy Année 2025 / 2026



Rôle & mission

construire une stratégie digitale cohérente et performante

Construire une stratégie e-business

Définir une expérience mobile-first

Mettre en place une approche omnicanale

Assurer visibilité & réassurance

Traduire la stratégie en actions concrètes

ROLE



Contexte du projet

Une marque jeune dans un marché très digitalisé

Chaussures personnalisées & responsables

Cible : 15–25 ans / prix accessible : 45–69 €

Objectif : 5 244 ventes en année 1

Contraintes : budget 100k€, équipe 3 personnes

Enjeu : expérience mobile-first & omnicanale

Concurrence forte : Nike By You, Veja, Ubac, Zalando



Analyse du marché

Un secteur en transformation

Deux tendances majeures :

Personnalisation (expression identitaire)

Consommation responsable (matières recyclées, transparence)

Comportement d'achat :

Les 15–25 ans achètent beaucoup en ligne

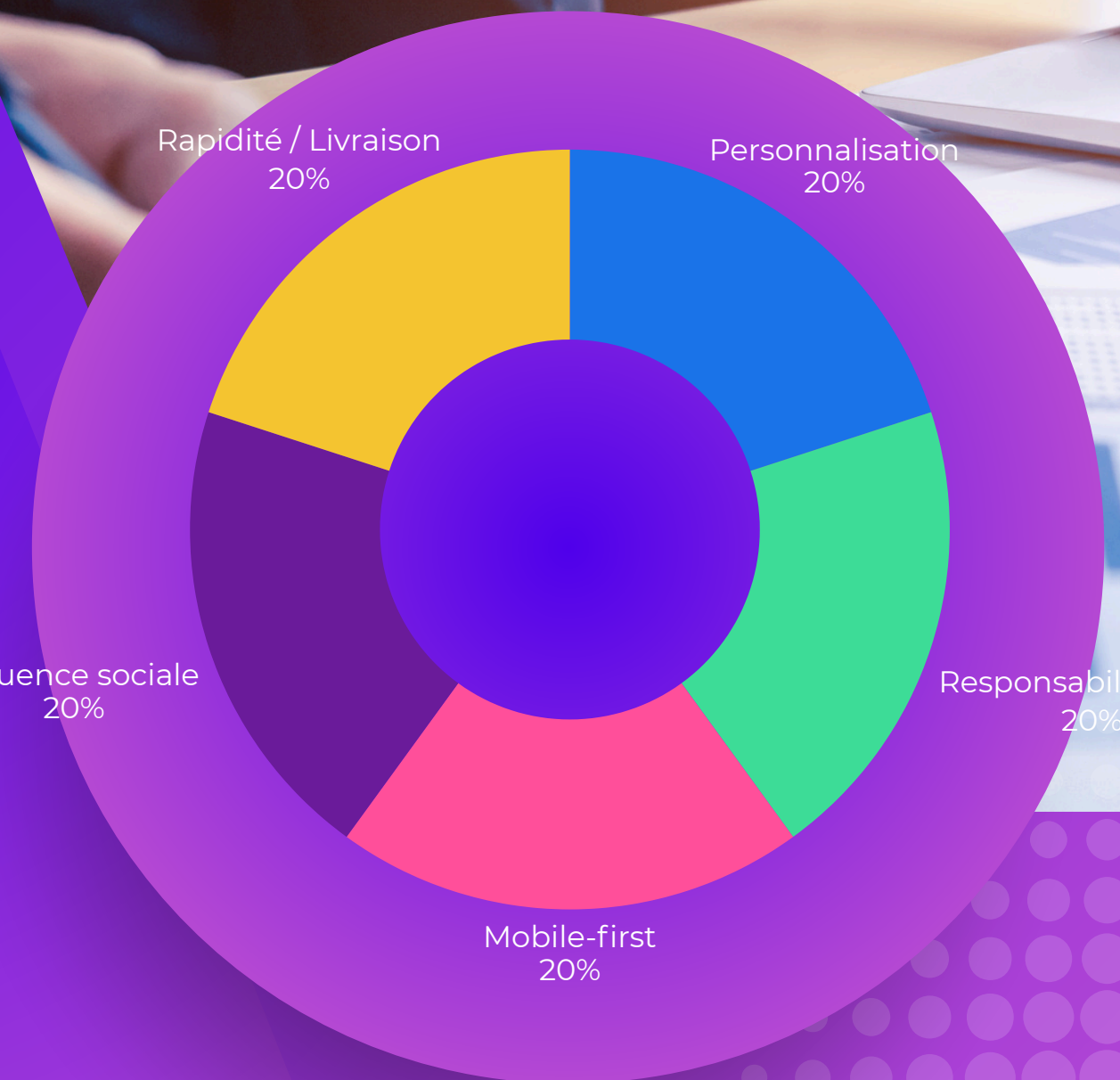
Catégorie “chaussures” très forte en e-commerce

Influence TikTok / Instagram / micro-influence

Opportunité :

Une offre accessible + personnalisable + responsable + rapide

→ encore absente du marché



Comportement des consommateurs

Les usages des 15–25 ans en 2025–2026

Achat majoritairement sur mobile

- 70–80 % des achats mode se font sur smartphone
- Parcours rapide, simple, sans friction

Recherche d'authenticité & d'expression personnelle

- Besoin de se différencier
- Personnalisation = critère clé

Sensibilité à la responsabilité

- Préférence pour les marques transparentes
- Importance des matières recyclées et de l'impact

Influence des réseaux sociaux

- TikTok = moteur de tendances
- UGC & micro-influence = déclencheurs d'achat

Attente de rapidité

- Livraison rapide = indispensable
- Les jeunes n'acceptent plus les délais longs → Délais longs = rejet immédiat

Parcours client

Du premier contact à l'achat

Découverte

- TikTok, Instagram, micro-influence
- Contenus UGC, tendances, challenges
- Publicités ciblées mobile

01

Intérêt

- Visite du site
- Découverte de la marque (responsable + personnalisable)
- Consultation des modèles

02

Personnalisation

- Configurateur simple et rapide
- Choix des couleurs, motifs, matières
- Visualisation en temps réel

03

Conversion

- Paiement rapide (Apple Pay, CB)
- Livraison rapide (48–72h)
- Réassurance : avis, transparence, garanties

04

Fidélisation

- Partage sur TikTok / Instagram
- Programme ambassadeur
- Relances personnalisées (email, SMS)

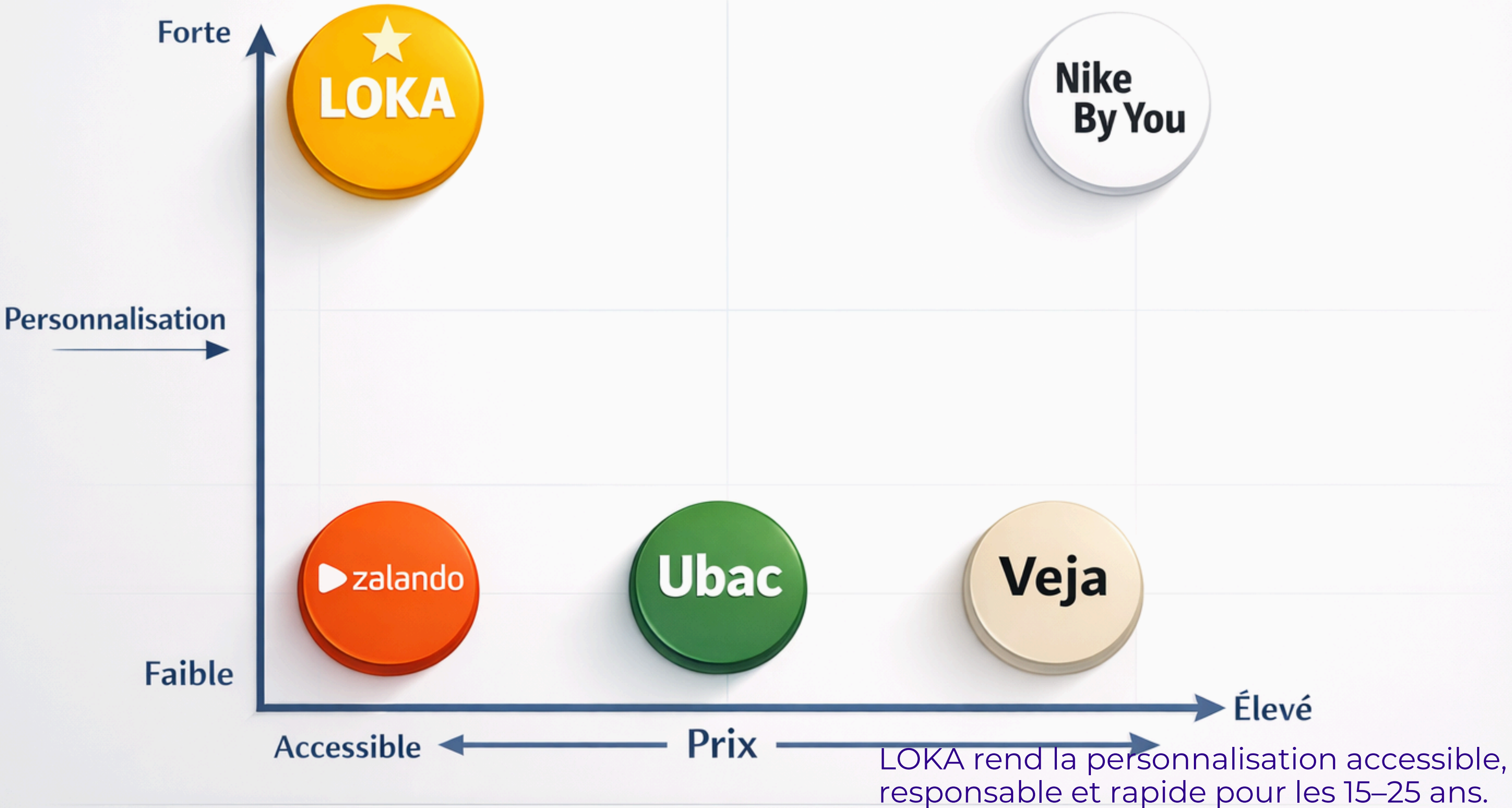
05

Benchmark concurrentiel

	PERSONNALISATION	PRIX	DÉLAIS	RSE	CIBLE
Nike By You	✓	ÉLEVÉ (150-220 €)	LONGS (2-4 SEMAINES)	✗	LARGE, PAS SPÉCIFIQUEMENT JEUNE
Veja	✗	ÉLEVÉ (120-180 €)	MOYENS (2 SEMAINES)	✓ ✓	ADULTES / CSP+
Ubac	✗	MOYEN (110-150 €)	MOYENS (2 SEMAINES)	✓	ÉCOLO / JEUNES ADULTES
Zalando / marketplaces	✗	VARIABLE	RAPIDES	VARIABLE	LARGE, GÉNÉRALISTE
LOKA	✓	ACCESSIBLE (45-69 €)	RAPIDES (48-72H)	✓ ✓ ✓	15-25 ANS

LOKA est la seule marque à combiner : personnalisation + prix accessible + RSE + rapidité. C'est exactement le vide du marché que nous venons combler.

Matrice de Positionnement



Le problème que LOKA résout

Pourquoi LOKA doit exister ?

Tout le monde porte les mêmes sneakers

- Les jeunes veulent se différencier
- Les modèles iconiques sont vus partout
- Les marques ne proposent pas de personnalisation accessible

Frustration identitaire :

"Je veux une paire qui me ressemble."

Les marques responsables sont chères et pas fun

- Veja, Ubac, etc. = responsables mais premium
- Pas de personnalisation
- Image trop "adulte" pour les 15–25 ans

Frustration de valeur :

"Je veux du style + du sens, sans payer 180 €."

Les configurateurs actuels sont lents et pas adaptés au mobile

- Nike By You = lourd, long, complexe
- Pas pensé pour smartphone
- Délais de 3 à 4 semaines

Frustration d'usage :

"Je veux créer vite, sur mon tel, et recevoir rapidement."

Les jeunes veulent du style, du sens et de la vitesse. Les marques actuelles n'en offrent qu'un sur trois.



La solution LOKA

Comment LOKA répond aux frustrations des jeunes

Une sneaker unique

Tout le monde porte les mêmes paires

- Configurateur simple et fun
- Combinaisons quasi infinies
- Résultat unique pour chaque client

Une marque responsable mais accessible

Les marques responsables sont chères et pas fun

- Matières recyclées
- Production locale
- Prix accessibles (45–69 €)

Une expérience mobile-first et rapide

Les configurateurs sont lents et pas adaptés mobile

- UX pensée smartphone
- Visualisation instantanée
- Livraison 48–72h

LOKA repose sur trois leviers : créativité, circularité et instantanéité. Ensemble, ils redéfinissent la sneaker pour une génération qui refuse les compromis.

LE CONCEPT LOKA

Le concept LOKA : une expérience en 3 étapes

1

Je crée ma sneaker

- Je choisis un modèle
 - Je personnalise couleurs, motifs, lacets
 - Je visualise en temps réel
- =>C'est fun, rapide, intuitif

2

LOKA fabrique en local

- Production à la demande
 - Matières recyclées
 - Zéro surstock
- => Responsable par conception

3

Je reçois ma paire en 48–72h

- Livraison rapide
 - Packaging éco-responsable
 - Option de partage social
- =>Une expérience pensée pour les jeunes

LOKA simplifie tout : une création intuitive, une production responsable, une livraison rapide.

PROPOSITION DE VALEUR

Notre proposition de valeur s'articule autour de trois piliers clés

Personnalisation accessible

- Configurateur simple et fun
- Produit unique
- Prix abordable (45–69 €)

Responsabilité intégrée

- Matières recyclées
- Transparence
- Marque engagée

Rapidité & mobile-first

- Livraison 48–72h
- Site pensé pour smartphone
- Parcours fluide, sans friction

Notre valeur ajoutée : offrir aux jeunes une sneaker unique, responsable et livrée rapidement, dans une expérience 100 % mobile.

ANALYSE INTERNE

Une promesse forte, une capacité encore fragile

Atouts internes

- **Production locale réactive** (France/Espagne) permettant de viser les 48–72h
- **Parcours mobile-first** aligné avec les usages des 15–25 ans
- **Largeur de personnalisation** (couleurs, broderies, lacets) qui renforce la différenciation

Limites structurelles

- **Notoriété nulle** et absence de communauté, frein majeur à la conversion
- **Configurateur simple**, en dessous des standards premium (Nike 3D)
- **Budget restreint** (100k€) limitant la vitesse d'exécution

Risques critiques

- **Difficulté à tenir la promesse** 48–72h en cas de pics de demande
- **Équipe réduite** (3 personnes) → risque de surcharge opérationnelle
- **Dépendance aux matières recyclées**, pouvant créer des ruptures

La priorité : construire visibilité + réassurance, et maîtriser l'exécution omnicanale pour tenir la rapidité.

Justification de l'Identité

Identité & Territoire de Marque

Nom de Marque : LOKA

- **Justification** : Fusion de "Local" (production Rhône-Alpes) et de "Look" (personnalisation identitaire).
- **Positionnement** : Un nom court, mémorable et dynamique qui fonctionne à l'international.

Nom de Domaine : lokashoes.com.

- **Justification** : Choix du .com pour la vision globale et l'association directe avec le produit pour le SEO
- **Positionnement** : Un nom court, mémorable et dynamique qui fonctionne à l'international.

Ton de communication :

- Jeune, fun et non-intrusif.

STRATÉGIE GLOBALE

Créer une marque qui se choisit, pas qui se cherche



Une promesse forte :

La première marque à offrir une sneaker :

- personnalisable,
- responsable,
- accessible,
- livrée en 48–72h.



Créer la désirabilité :

Pour exister la marque doit :

- être visible (TikTok, micro-influence, UGC),
- être crédible (transparence, preuves sociales),
- être aimée (communauté jeune, marketing tribal).



Un modèle omnicanal

La stratégie repose sur :

- un site mobile-first + configurateur fluide,
- des popup stores pour réassurance & contenu,
- des partenariats locaux pour visibilité rapide.

LOKA doit combiner désirabilité sociale, transparence responsable et exécution rapide pour devenir la référence de la sneaker personnalisée accessible.

Matérialisation

Rendre tangible ce que LOKA promet

UNE EXPÉRIENCE DE PERSONNALISATION FLUIDE

- Configurateur simple & mobile-first
- Choix visibles immédiatement
- Expérience rapide, sans friction

La valeur : appropriation + plaisir + contrôle



TRANSPARENCE RESPONSABLE

- Origine des matières expliquée
- Circuit court mis en avant
- Avis & UGC pour crédibiliser

La valeur : confiance + crédibilité + réassurance.



RAPIDITÉ MAÎTRISÉE

- Production locale = 48-72h
- Logistique centralisée
- Communication claire des délais

La valeur : fiabilité + satisfaction + recommandation

LOKA matérialise sa valeur en combinant personnalisation fluide, transparence responsable et rapidité maîtrisée.

SERVICES & FONCTIONNALITÉS OMNICANALES

Un écosystème cohérent qui rassure, engage et convertit

Digital — Le cœur de l'expérience

- Configurateur fluide
- Personnalisation guidée :
- Réassurance délais matières recyclées, avis clients
- Tunnel d'achat optimisé

Physique — Le levier de réassurance

- Essais & toucher matière
- Co-création & ateliers
- Production de contenu
- Collecte d'insights

Communauté — Le moteur de désirabilité

- UGC authentique
- Micro-influence
- Programme de fidélité simple
- Transparence continue

Un écosystème omnicanal où chaque point de contact renforce **la confiance**, stimule **l'engagement** et accélère la **conversion**

MISE EN ŒUVRE CROSSCANALE

Orchestrer les canaux pour servir la promesse LOKA

01

Objectif global

- Construire la notoriété,
- rassurer sur la promesse (RSE + 48–72h),
- convertir via un parcours fluide et cohérent.

02

Faire émerger LOKA

- TikTok & Reels : contenus courts, UGC, challenges.
- Micro-influence : créateurs "sneakers responsables".
- Popup stores événementiels

CRÉER LA CURIOSITÉ +
DÉSIRABILITÉ SOCIALE

03

Rassurer & projeter

- Site mobile-first : la promesse + configurateur.
- Pages dédiées RSE.
- Contenus pédagogiques:

TRANSFORMER
L'INTÉRÊT EN
CONFIANCE

04

Convertir & simplifier l'action

- Configurateur fluide
- Tunnel d'achat optimisé
- Retargeting (social + email)

LEVER LES DERNIERS
FREINS ET DÉCLENCHER
L'ACHAT

05

Fidéliser

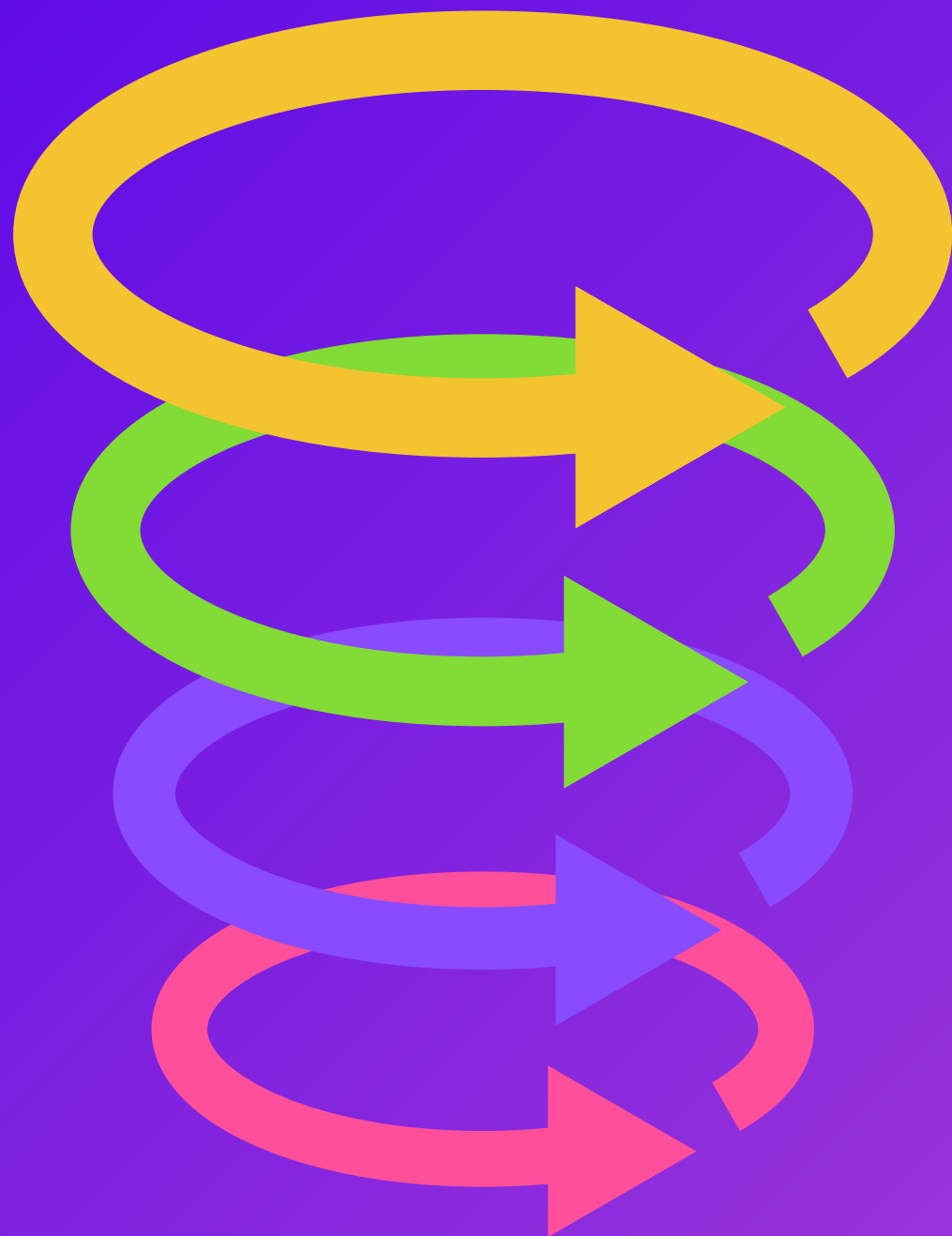
- Suivi de commande clair
- Demande d'avis + UGC
- Programme de fidélité

TRANSFORMER LES
CLIENTS EN
AMBASSADEURS

La mise en œuvre crosscanale de **LOKA** orchestre chaque point de contact pour construire la confiance, fluidifier l'expérience et maximiser la conversion

ZONING

Un parcours pensé pour projeter, rassurer et convertir



01



Accueil / Hero – Capturer l'attention & poser la promesse

- Promesse visible : personnalisation + RSE + 48–72h
- Preuves sociales immédiates (avis, UGC)
- CTA clair : Personnaliser ma paire

02



Configurateur – Faciliter la projection & réduire le doute

- Interface mobile-first, simple, intuitive
- Choix visibles en temps réel
- Prix & délais mis à jour automatiquement

03



Fiche produit / Réassurance – Crédibiliser la marque

- Transparence matières & origine
- Avis clients + contenus authentiques
- Engagements clairs : qualité, délais, retours

04



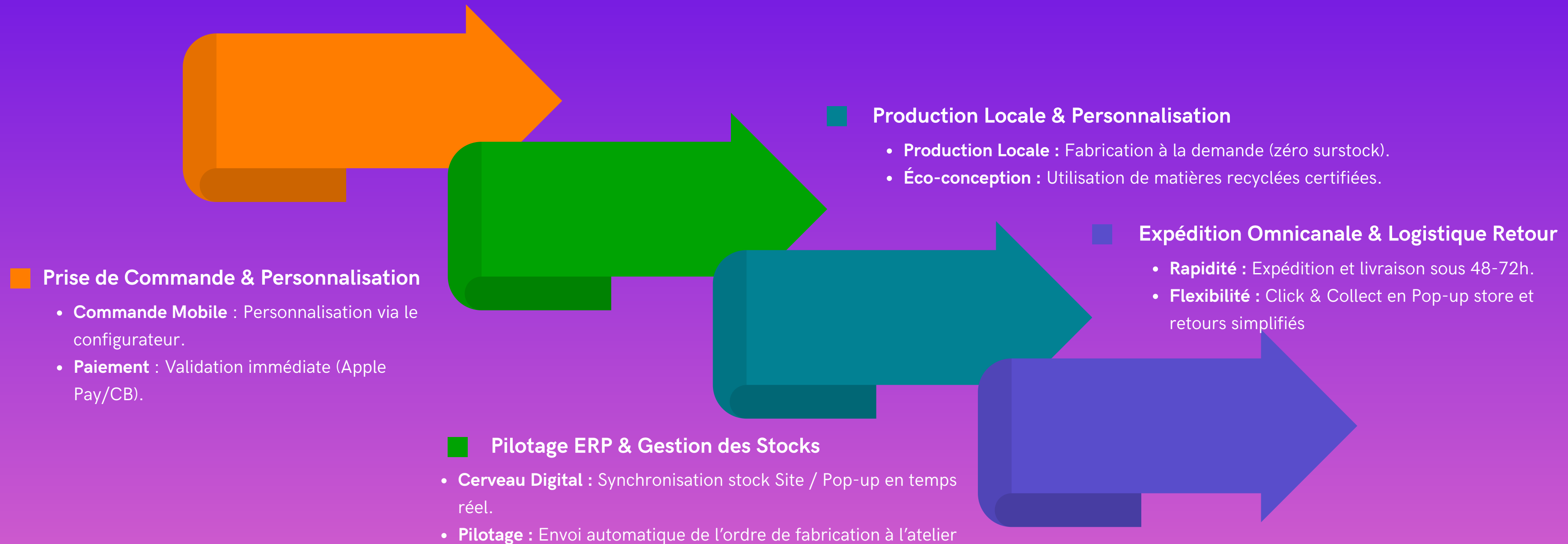
Tunnel d'achat – Simplifier la décision & sécuriser la conversion

- Paiement fluide (Apple Pay, CB, PayPal)
- Résumé visuel de la personnalisation
- Suivi de commande clair + livraison 48–72h

Un parcours fluide qui transforme l'intérêt en confiance, et la confiance en conversion.

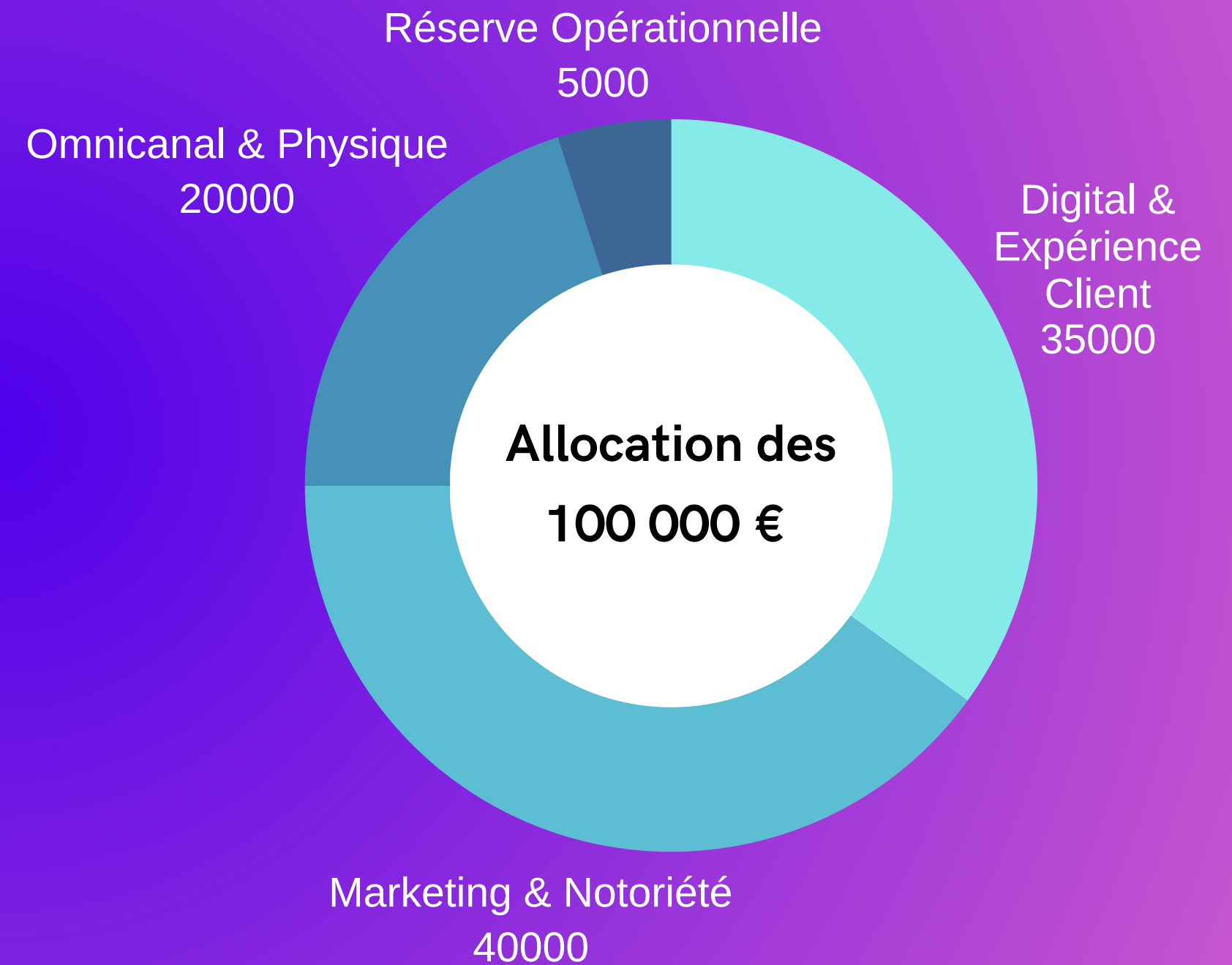
Architecture des Flux LOKA

Pilotage de la Performance : Schéma des Flux d'Informations et Logistiques



Plan de Financement & Budget de Lancement

DIGITAL & EXPÉRIENCE CLIENT	Développement du site e-commerce responsive et du configurateur LOKA Studio
MARKETING & NOTORIÉTÉ	Campagnes TikTok/Instagram, micro-influence et soirées événementielles via les BDE/Écoles
OMNISCANAL & PHYSIQUE	Location d'espaces pour Pop-up stores éphémères et matériel de présentation mobile
RÉSERVE OPÉRATIONNELLE	Ajustements techniques post-lancement et imprévus logistiques



PILOTAGE & PERSPECTIVES FINANCIÈRES

Objectifs de Croissance (Prévisionnel)

- Année 1 : 5 244 paires environs 298 900 € HT.
- Année 2 : 10 488 paires environs 597 800 € HT
- Seuil de rentabilité : dès l'Année 1.

Indicateurs Clés de Performance (KPIs)

- Conversion Studio : Cible 1,5 % (Indicateur majeur de l'UX).
- Acquisition (CAC) : Rentabilité du budget marketing de 40 000 €.
- Logistique : Délai 48-72h et taux de retour < 5 %.

Allocation Stratégique du Budget (100k€)

- Digital (35%) : Site & LOKA Studio.
- Marketing (40%) : TikTok & Influence.
- Phygital (25%) : Pop-up stores & Réserve.

Grâce à ce modèle économique agile et rentable dès la première année, conçu pour absorber une croissance de +100 % en l'An 2 tout en préservant nos engagements RSE.

Pilotage & Indicateurs de Performance (KPIs)

Objectifs Commerciaux

Ventes :

5 244 paires

Panier Moyen :

45 € – 69 €.

Conversion

1,5 %

Efficacité Marketing

**Budget
Acquisition**

40 000 €

UGC

100+ partages
mensuels du
configurateur

CAC :

inférieur à la marge
par chaussure

Taux de Retour :

< 5 %

Satisfaction :

4,5/5

Promesse Logistique

Équipe & Organisation

**Rufus
Stewart**

Stratégie &
Marketing



Gestion de la
marque, stratégie
éditoriale, relations
influenceurs et
partenariats Pop-up
stores.

**Margarita
Perez**

Production &
Logistique



Pilotage de l'atelier
en Rhône-Alpes,
gestion de
l'ERP/CRM,
approvisionnement
matières recyclées
et expéditions

**Lorna
Alvarado**

Digital &
Commercial



Optimisation du site
e-commerce/LOKA
Studio, analyse des
KPIs (data), SAV et
gestion des flux
omnicanaux

Une synergie de compétences (Finance, Digital, Supply Chain) parfaitement alignée avec les exigences techniques et commerciales de LOKA pour garantir une exécution agile et maîtrisée du projet

RECOMMANDATIONS & PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

Optimisation de la Conversion

- **Analyse du LOKA Studio** : Utiliser le pilotage de données pour identifier et lever les freins sur le configurateur mobile afin de stabiliser le taux de conversion à 1,5 %.
- **Parcours Client** : Affiner l'expérience utilisateur (UX) en fonction des premiers retours réels pour réduire les abandons de panier.

Amplification de la Marque

- **Collaborations Créatives** : Lancer des capsules limitées avec des étudiants en design ou des artistes locaux pour booster la désirabilité et le sentiment d'exclusivité.
- **Cocréation** : Impliquer la communauté dans le choix des futures matières recyclées ou des nouveaux modèles pour renforcer le lien "tribal"

Expansion Phygitale

- **Tournée de Pop-up Stores** : Déployer des points de vente éphémères dans les grandes villes étudiantes pour tester le produit physiquement et lever les derniers doutes à l'achat.
- **Synergie Web-to-Store** : Utiliser les données digitales pour cibler géographiquement les zones de forte demande et y installer des partenaires relais.



CONCLUSION

LOKA propose une expérience **simple, responsable** et **cohérente**, où chaque point de contact renforce la confiance et facilite la conversion. En combinant **personnalisation, transparence** et **fluidité**, la marque construit un parcours qui transforme **l'intérêt** en **engagement durable**.



MERCI