

2022

PERSONAL PORTFOLIO

Marina Dro

Photoshop | Illustrator | InDesign

Symmary

ADOBE PHOTOSHOP

Collage de photos	6-13
L’affiche.....	14-17
Couverture du livre	18-19
L’affiche du film.....	20-21

ADOBE ILLUSTRATOR

Illustration vectorielle.....	24-27
Brochure	28-29
L’affiche dans le style minimaliste	30-33
le nombre d’or.....	34-35
L’affiche dans le style minimaliste	36-39
Redéfinir les couleurs de l’illustration	40-41
Illustration vectorielle.....	42
L’affiche dans le style minimaliste	43
Logo	44-45
FRENCH DONUT’S Logo.....	46-49

ADOBE INDESIGNE

Un magazine pour les enfants.....	52-53
THE GOOD SHOE -identité visuelle	54-57
Couverture pour DVD	58-59
Catalogue des voitures rétro.....	60-61
le livret du DVD.....	62-63

PROCREATE

Plain Air Dessin	66-67
------------------------	-------

FIGMA

Proget YourTrip	70-81
-----------------------	-------

PHOTOSHOP

PS

**Posters,
retouches de photos,
peinture numérique
collage**

Je peux faire un collage inattendu de photos, cacher des éléments inutiles de l'image, ajouter des couleurs vives ou inversement faire une photo dans un style rétro.



Collage de photos





PS

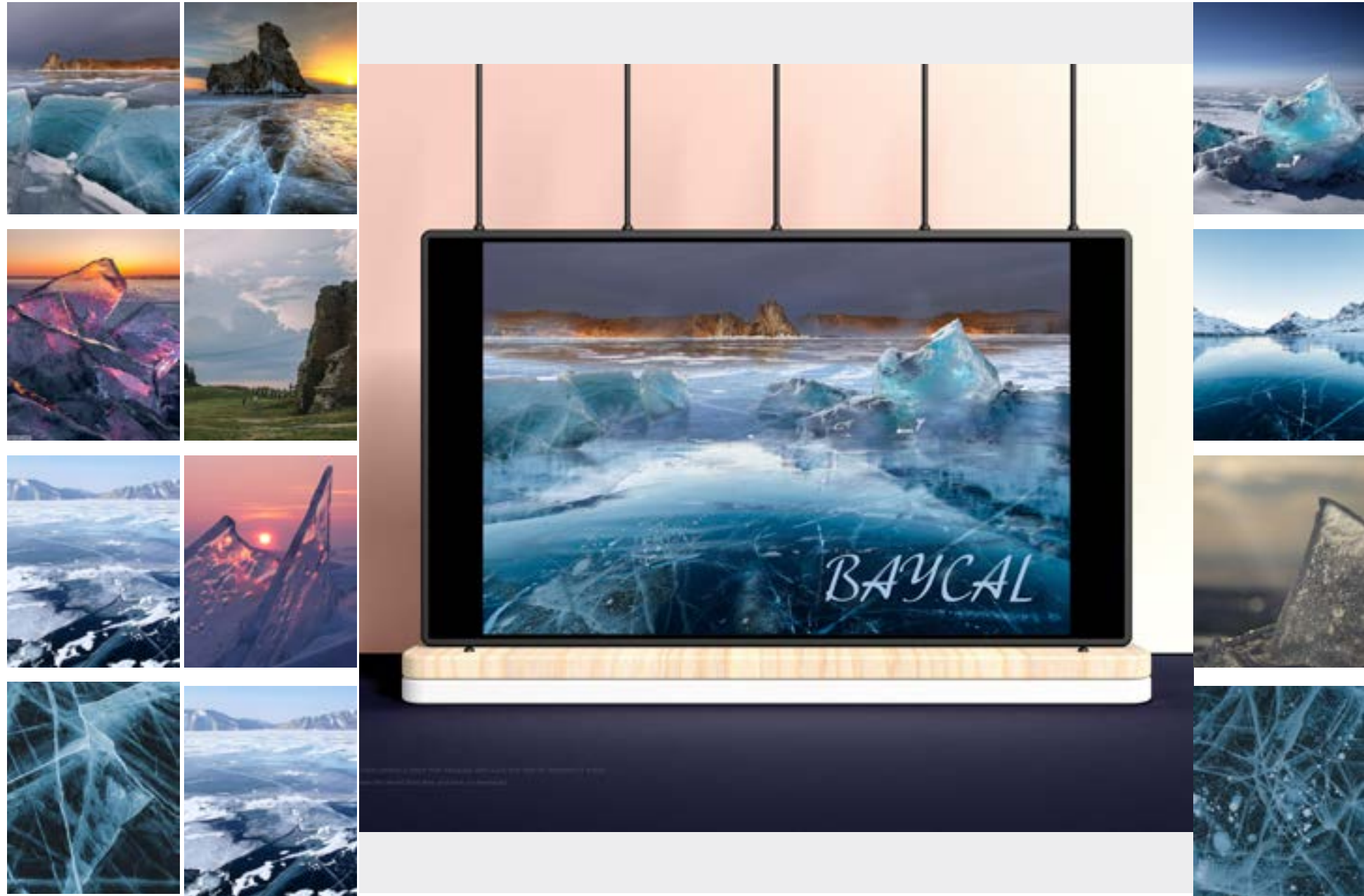
Collage de photos

Une affiche promotionnelle pour une agence de voyage. L'objectif de l'affiche est de montrer aux clients de l'agence l'attrait et la beauté d'une destination touristique.



L'image a été créée à partir d'un collage de plusieurs photos originales, de modes de fusion, de masques, calques de réglages et de réglages au pinceau.





PS

Collage
de photos

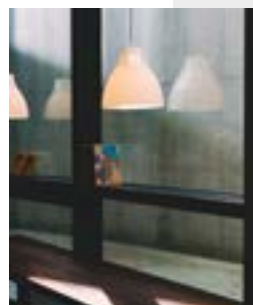
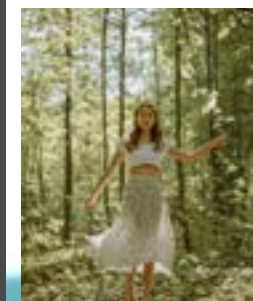
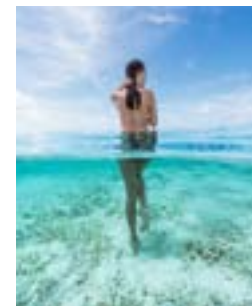


Photo Manipulation





L'affiche

PS

Little text.



Ps



L'affiche

PS

L'affiche



Couverture du livre



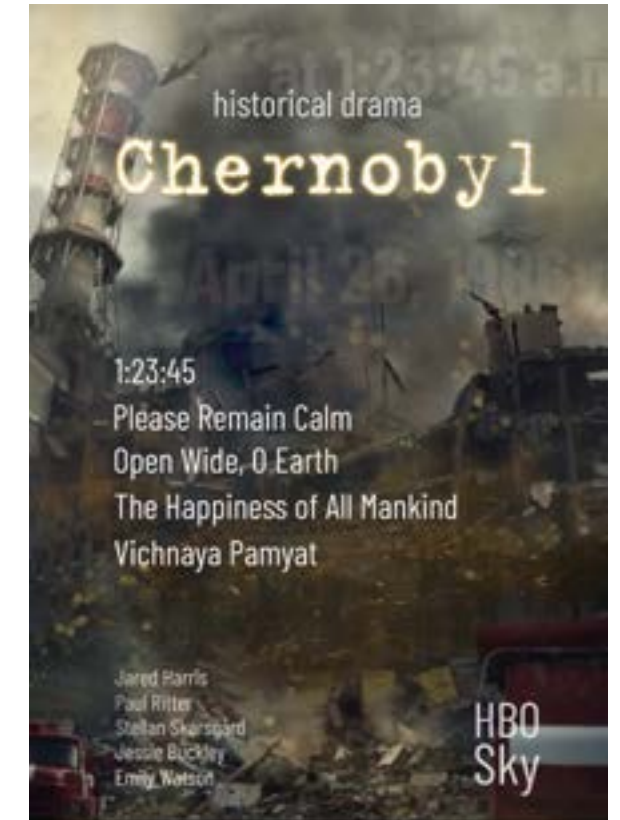
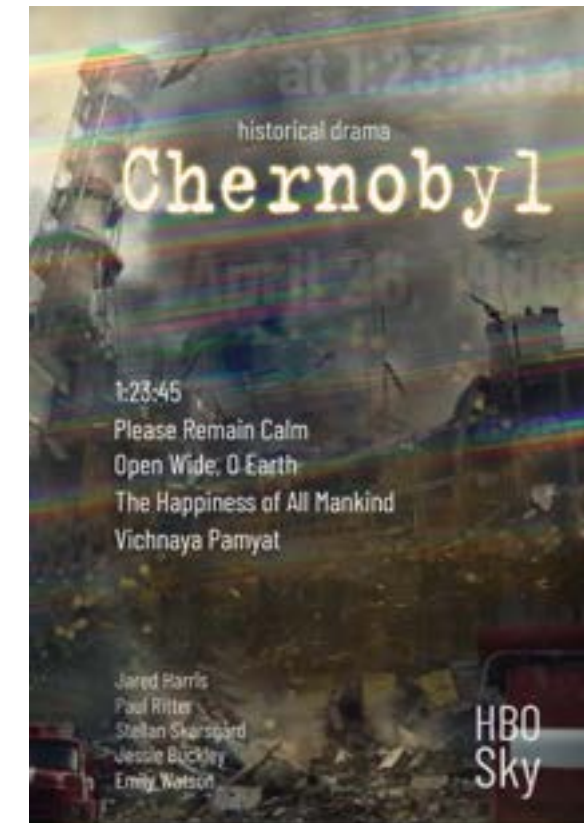
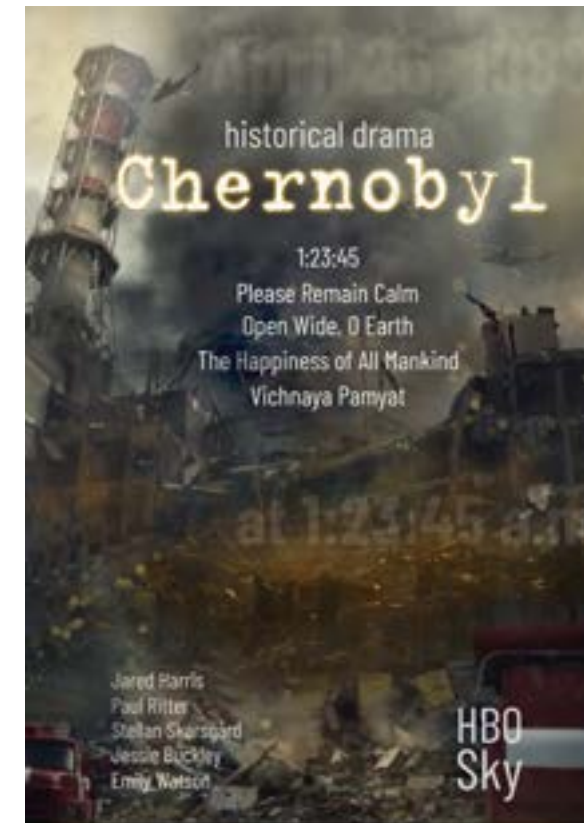
“LE MYSTÈRE DE LA TROISIÈME PLANÈTE”

Couverture pour une bande dessinée basée sur le célèbre roman “Le mystère de la troisième planète” de Kir Bulychév. Plusieurs arrêts sur image du dessin animé du même nom, et tant aimé des enfants, sont utilisés pour la composition.





L’affiche du film



DESCRIPTION DU POSTE :

L’affiche de la série Tchernobyl est assemblée à partir d’images fixes du film lui-même et de photographies documentaires des événements décrits dans le film. Les noms des parties de la série et des acteurs dans les rôles principaux sont indiqués.

ILLUSTRATOR

Ai

Noms de marque, logos

emblèmes, illustrations et affiches - dans Illustrator, je réalise tout ce qui doit être mis à l'échelle. Tout ce qui exige une qualité irréprochable dans toutes les conditions.



Ai

Illustration vectorielle

L'application d'Effet distorsion et Transformation et dégradé de forme sur un tracé fait des merveilles.

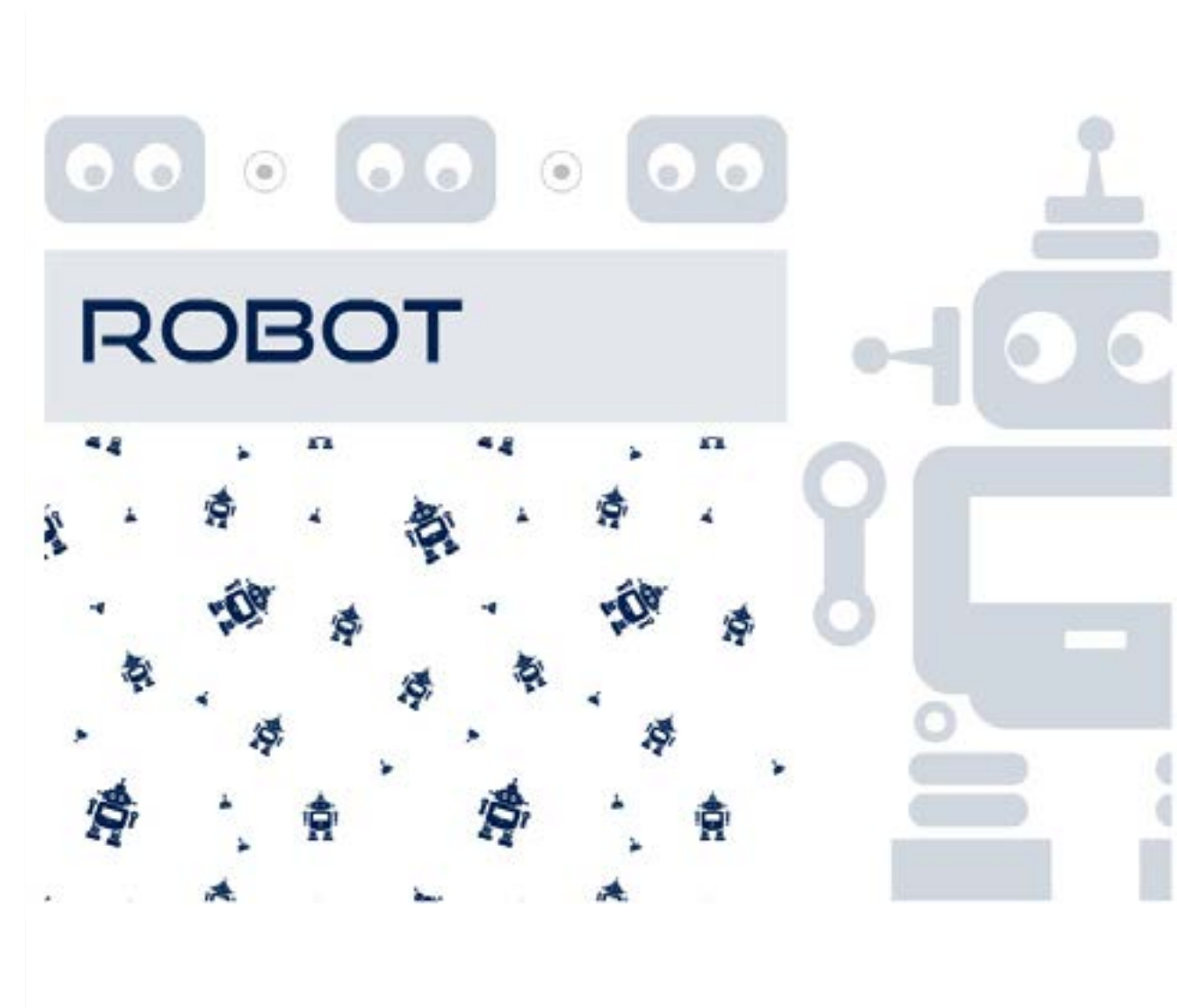
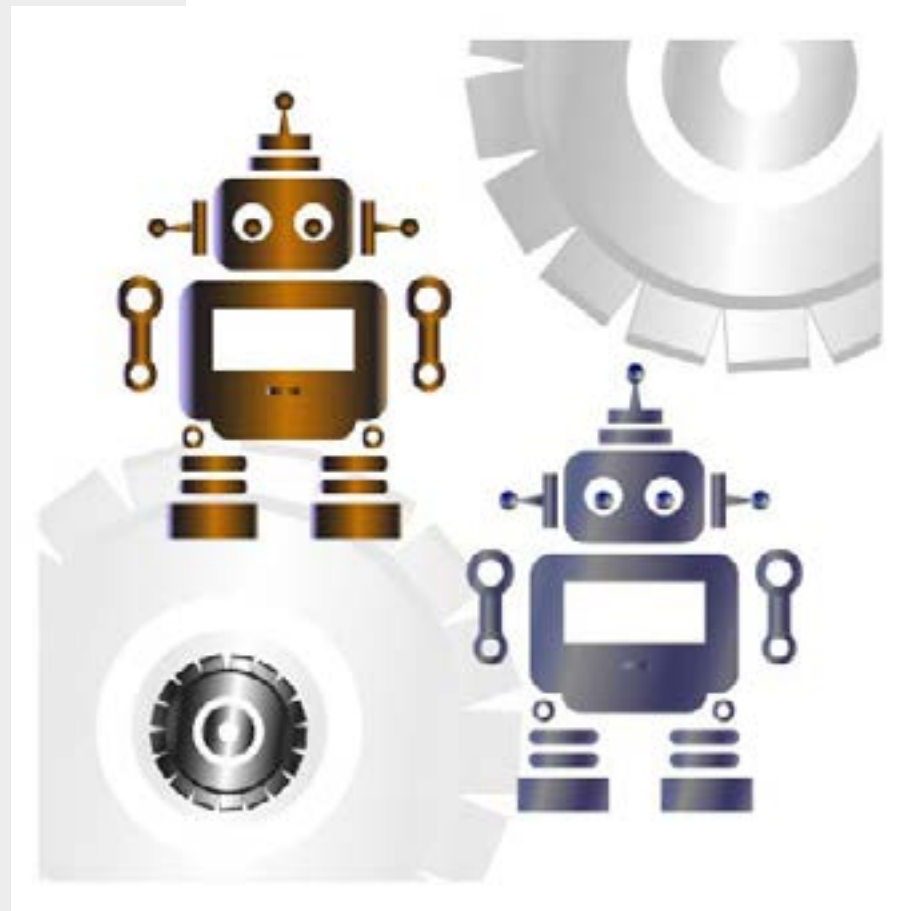
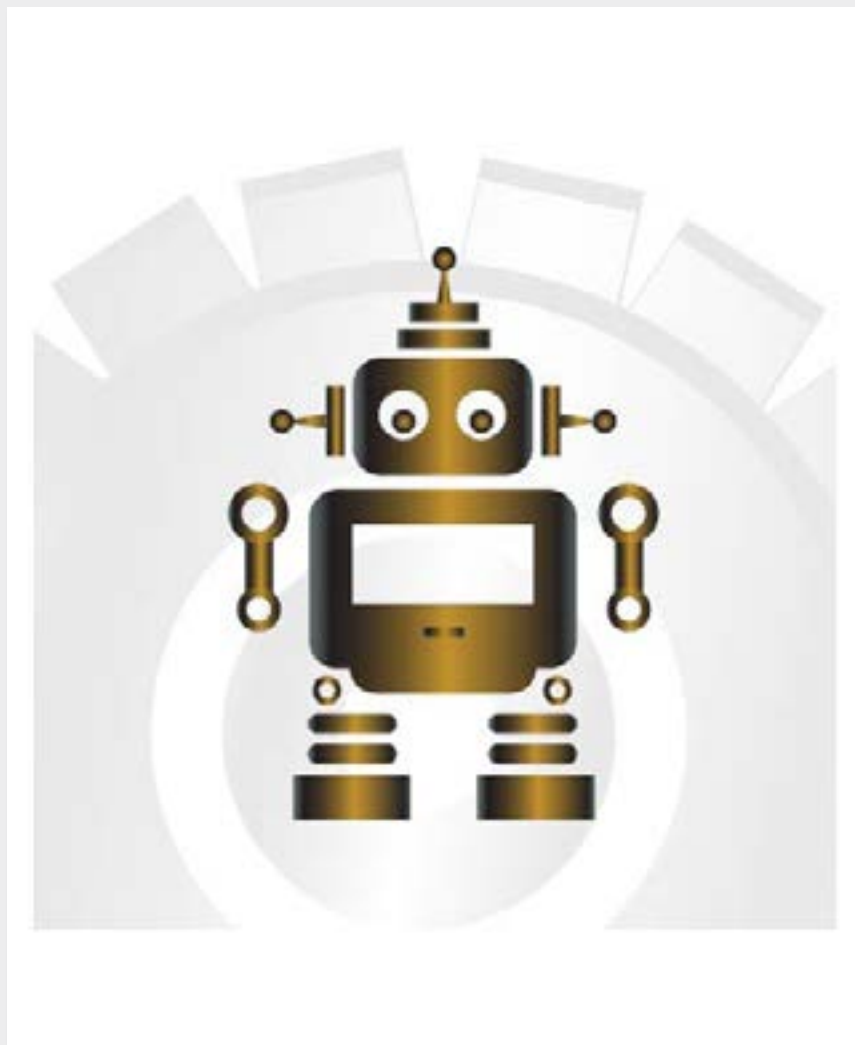


Ai

A

Illustration vectorielle

- Dessiner une illustration vectorielle à partir d'une image tramée.
- Créez un ornement à partir des éléments de l'illustration.
- Créez un motif basé sur le personnage créé.
- Créez une image 3D à partir d'une illustration vectorielle avec une texture métallique.



Ai

AI

Brochure

Un petit livre pour enfants réalisé en Illustrator.
Il utilise des illustrations vectorielles et des éléments conçus pour le livre.

ROBOT



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Nunc lobortis mattis aliquam faucibus purus in.

Sagittis purus sit amet volutpat consequat mauris nunc congue. At auctor urna nunc id cursus metus. Pretium aenean pharetra magna ac. Donec ac odio tempor orci dapibus ultrices in iaculis nunc. Urna condimentum mattis pellentesque id nibh. Ac turpis egestas maecenas pharetra.

Turpis tincidunt id aliquet risus feugiat. Dictum varius dui at consectetur lorem donec massa. Tempor orci dapibus ultrices in iaculis nunc. Sed arcu non odio euismod lacinia at quis risus sed. Dictumst vestibulum rhoncus est pellentesque. Id interdum velit laoreet id. Mattis aliquam



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Nunc lobortis mattis aliquam faucibus purus in. Sagittis purus sit amet volutpat consequat mauris nunc congue. At auctor urna nunc id cursus metus. Pretium aenean pharetra magna ac. Donec ac odio tempor orci dapibus ultrices in iaculis nunc. Urna condimentum mattis pellentesque id nibh. Ac turpis egestas maecenas pharetra. Turpis tincidunt id aliquet risus feugiat. Dictum varius dui at consectetur lorem donec massa. Tempor orci dapibus ultrices in iaculis nunc. Sed arcu non odio euismod lacinia at quis risus sed. Dictumst vestibulum rhoncus est pellentesque.

Id interdum velit laoreet id. Mattis aliquam faucibus purus in massa tempor nec feugiat. Et molestie ac feugiat sed lectus. Porta lorem mollis aliquam ut porttitor leo. Accumsan tortor posuere ac ut consequat semper viverra.



**L'affiche dans le
style minimaliste**

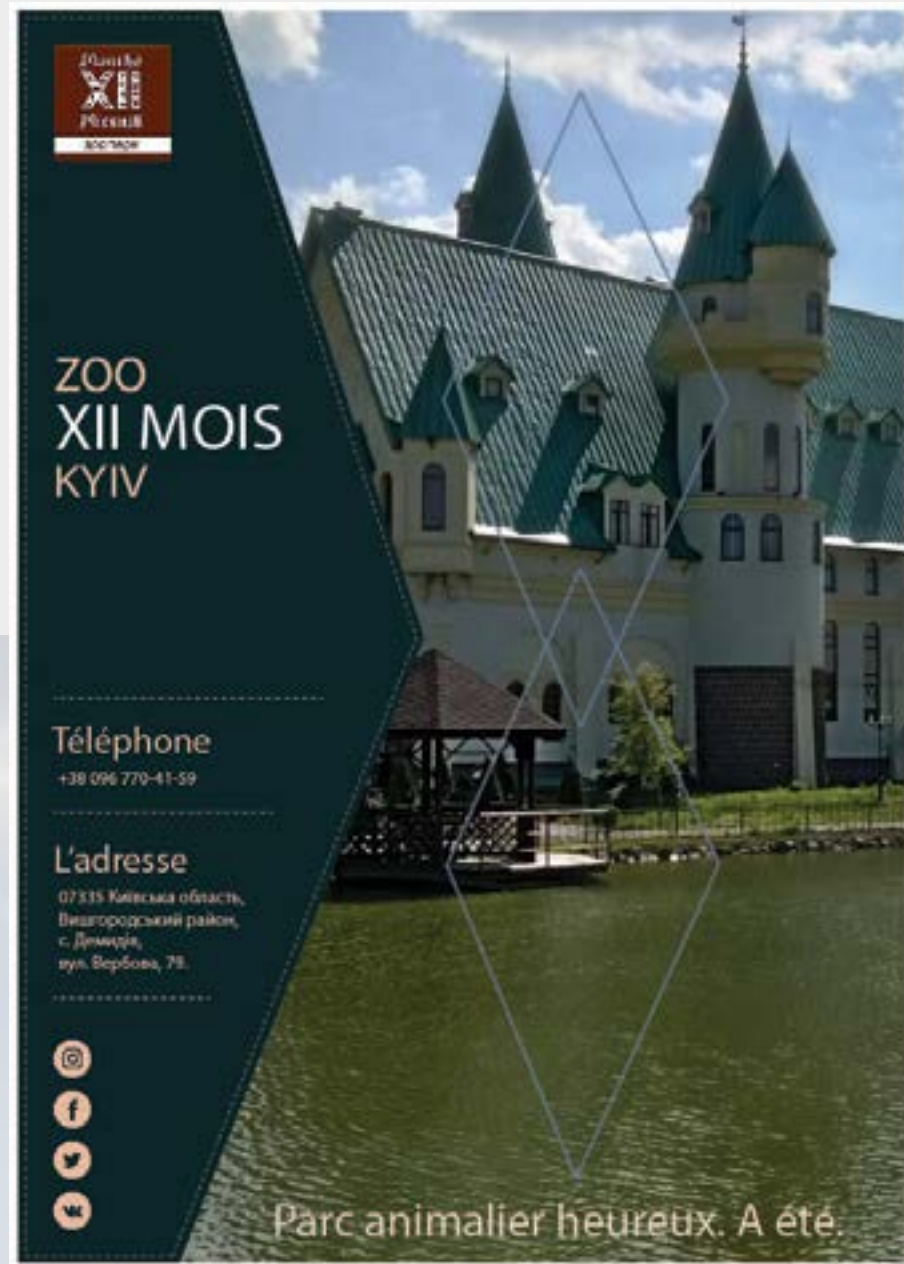
Ai





Ai

L'affiche dans le style minimaliste



Ai

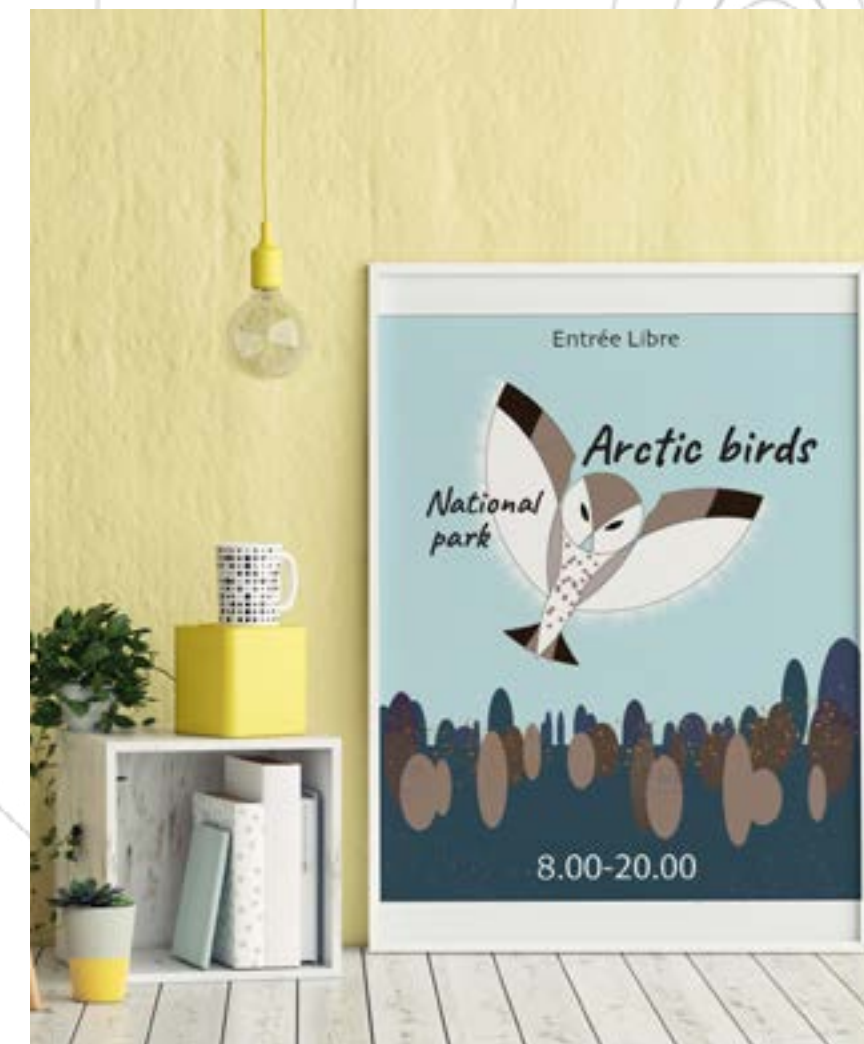
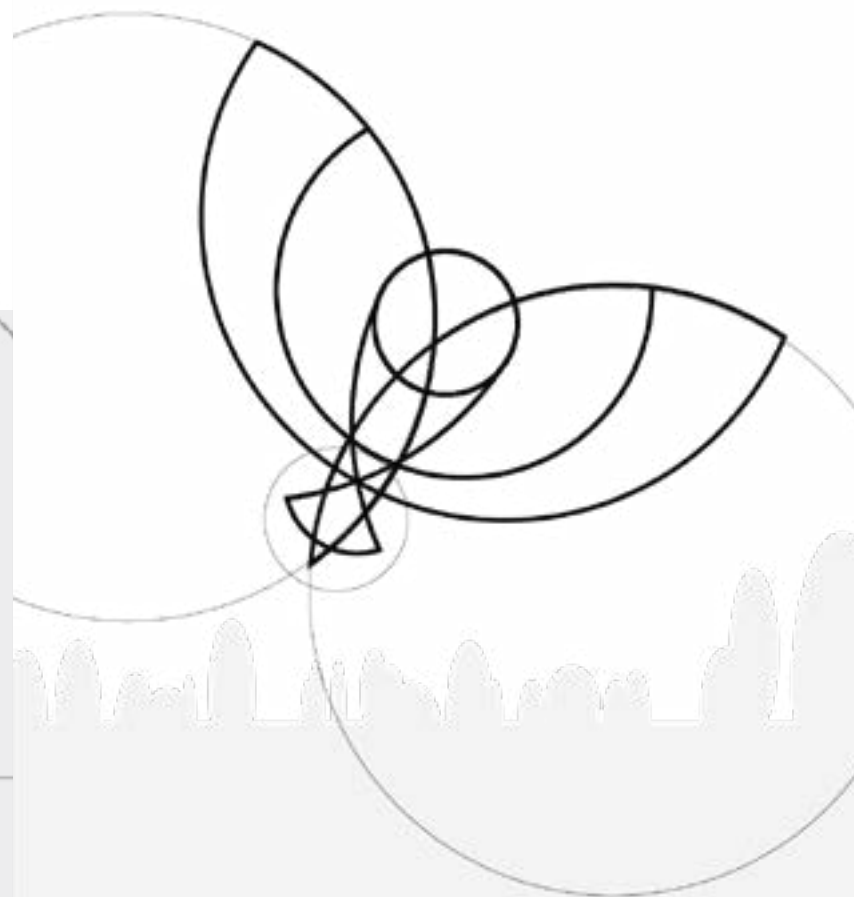
A

le nombre d'or

« Le nombre d'or permet d'équilibrer les espaces vierges et les espaces où l'attention est requise. L'œil ne peut capter qu'une somme d'informations limitée. Appliquez ce principe fondamental pour comprendre les limites de l'attention humaine et réaliser des créations esthétiques. »

Sara Berndt

LE NOMBRE D'OR





L'affiche dans le style minimaliste

Afisha présente la nouvelle édition du festival d'arts numériques immersifs L'ATELIER DES lumières.





L'affiche dans le style minimaliste

Afisha présente le forum
IRTS de Lorraine.



Redéfinir les couleurs de l'illustration

LA BIBLIOTHÈQUE DE COULEURS, SÉLECTEUR DE THÈME DE COULEUR

Il est possible redéfinir les couleurs de vos illustrations avec des couleurs de la bibliothèque de couleurs, à créer votre propre palette de couleurs en utilisant la roue chromatique ou à choisir une palette de couleurs à partir d'illustrations ou d'images en utilisant le sélecteur de thème de couleur.

Avec le Sélecteur de thème de couleur, je peux choisir et extraire des palettes de couleurs d'une ou plusieurs illustrations ou images présentes sur la zone de travail ou leurs parties sélectionnées et redéfinir les couleurs de votre illustration actuelle avec celles-ci.

Il est possible redéfinir les couleurs d'une illustration à l'aide de couleurs prédéfinies qui se trouvent dans la liste déroulante de la bibliothèque des couleurs. Vous pouvez choisir parmi des groupes de couleurs, des nuanciers de documents ou des thèmes de couleur prédéfinis. Toutes les couleurs et tous les thèmes que vous avez définis sont ajoutés à votre panneau Nuancier en tant que groupe de couleurs et seront disponibles pour la redéfinition des couleurs.

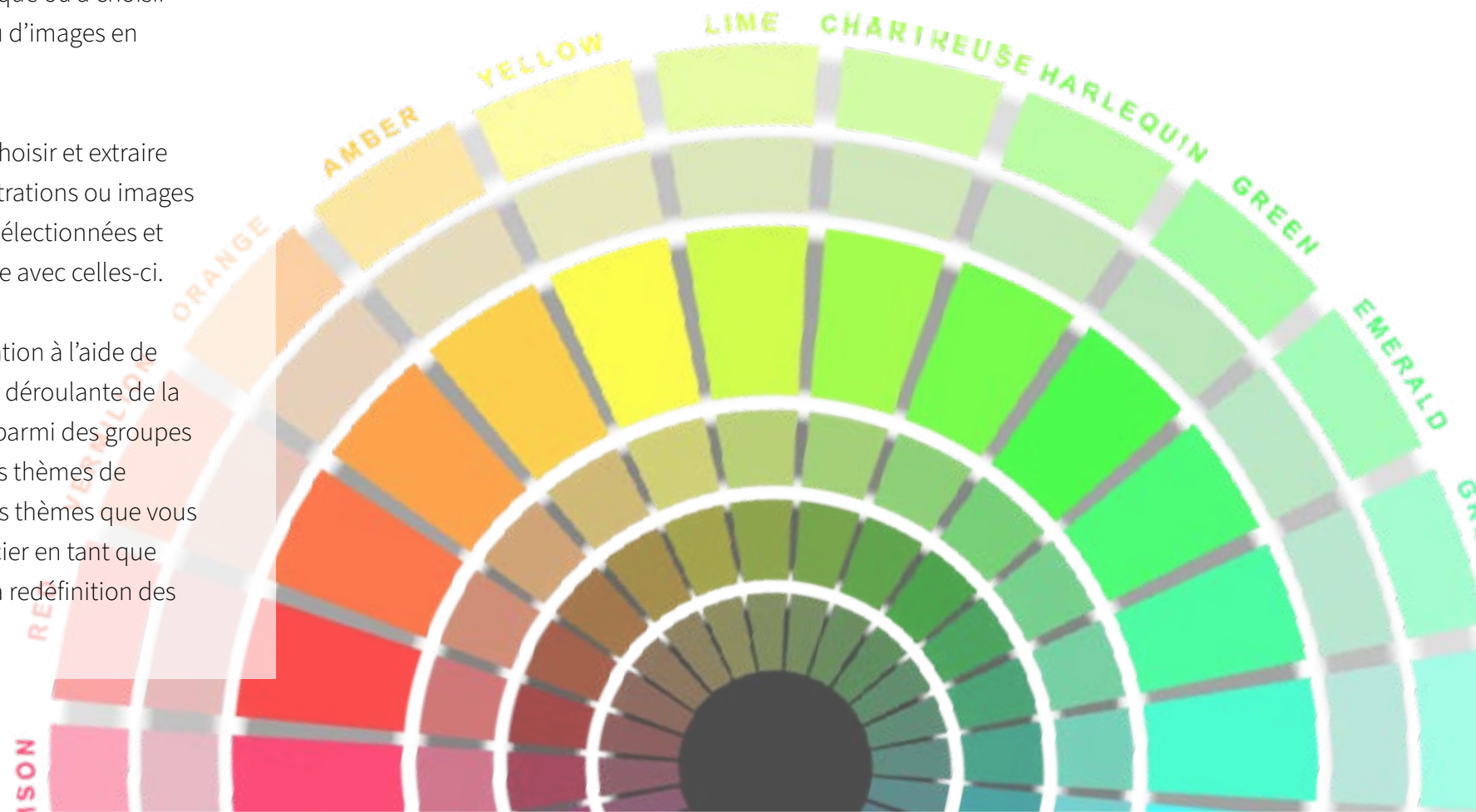


Illustration vectorielle



L'affiche minimaliste



2



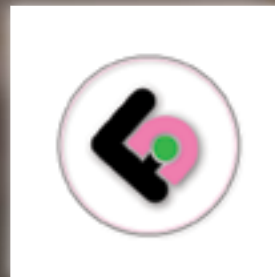
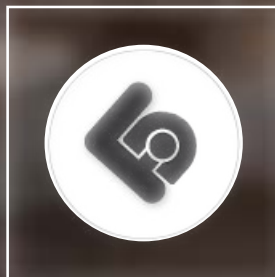
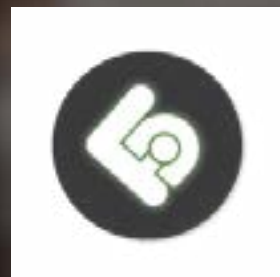
PORTRAIT MINIMALISTE

J'ai utilisé l'outil Courbure et effet Distorsion et transformation (Zigzag) et testé différents réglages avant de choisir une forme de cheveux.

LOGO



Développement d'un logo à partir d'une image donnée. Coordination de l'image et de la typographie.



est un concept de restaurant type guinguette (une guinguette est, à l'origine, un cabaret populaire de banlieue parisienne officiant aussi comme restaurant et, souvent, comme lieu de bal) itinérante à bord d'un Citroën Jumpy type H3 (rappelant le Citroën Tube d'époque) retravaillant le donuts à la sauce française (sucré, salé,...).

FRENCH DONUT'S LOGO

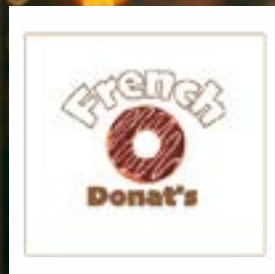
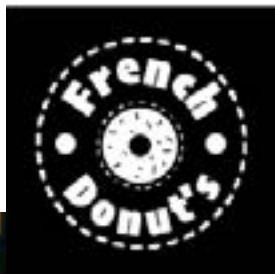


La société vous a contacté afin de créer leur logo en tenant compte de l'image que l'entreprise veut dégager :

- concivialité
- french touch
- esprit jeune

La clientèle ciblée est surtout composé d'after-workers branchés, friand de nouvelle tendance.





FRENCH DONUT'S LOGO



INDESIGN

Magazines, brochures et affiches

Également : cartes de visite, en-têtes de lettres, dépliants et affiches, enveloppes et autres papiers à lettres personnalisés que je peux créer pour vous avec les outils de conception et de mise en page de haute qualité d'Indesign.





Un magazine pour les enfants

Mise en page du texte d'un magazine pour enfants avec éléments décoratifs et illustrations pour le texte

ID



PRINT DESIGN



Mise en page d'un texte pour un magazine pour enfants. Créer une ambiance à l'aide d'illustrations, de couleurs et de typographie.



PRINT DESIGN

GOOD SHOES-

est une marque de chaussures françaises, avec une philosophie animaliste et respectueuse du développement durable environnemental.

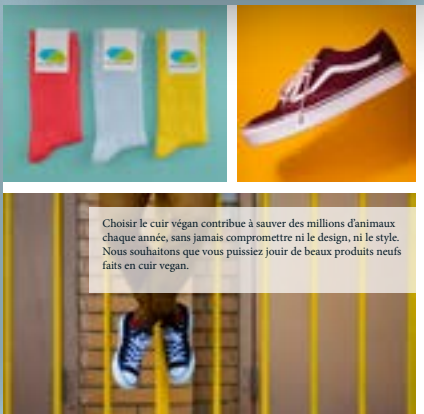


THE GOOD SHOES -identité visuelle



Le développement de l'identité visuelle d'entreprise comprenait la conception du logo de la marque, la sélection des couleurs de l'entreprise et la typographie.

PRINT DESIGN



Une brochure complète



THE GOOD SHOES

Sur la base des éléments conçus, des cartes physiques ont été créées en identité d'entreprise et en flyer.



Couverture pour DVD

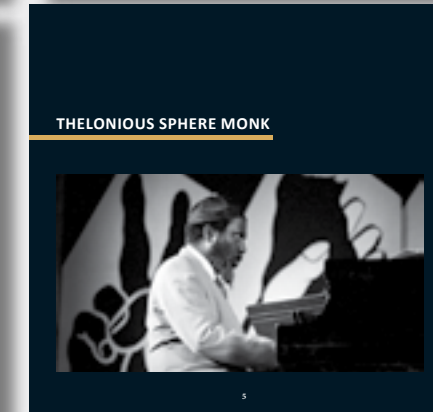
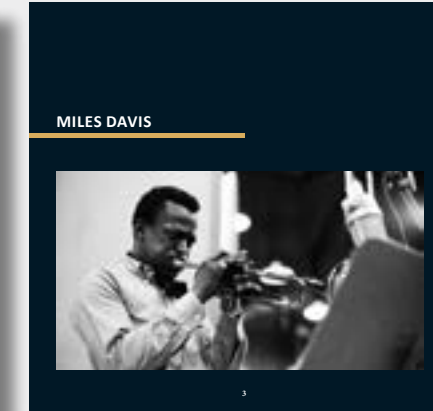
Le disque est consacré à des compositions populaires d'artistes de jazz légendaires. Les articles contiennent un résumé des biographies créatives des artistes.

PRINT DESIGN

Une brochure complète

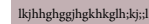


LEGENDS OF JAZZ

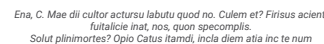
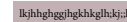


Catalogue des voitures rétro

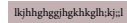
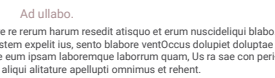
FORMAT	LE FOND PERDU - 5 MM
297*210 CM	LE MARGE INTÉRIEUR - 5 MM



2



Ad ullabo.



Aximalorrum idus essi bla sint
 faceripisit, optiand itaturi asinci-
 cus.Liatur? Bitiisitis sapides
 equatqui cum ilita neceptio
 ipaexpero berr Aximalorrum
 idus essi bla sint faceripisit,
 optiand itaturi asinci cus.Liatur?
 Bitiisitis sapides equatqui cum
 ilita neceptio ipaexpero berr
 Aximalorrum idus essi bla sint
 faceripisit, optiand itaturi asinci-
 cus.Liatur? Bitiisitis sapides



Aximaiorrum idus essi bla sint
 faceripisit, optiandi itaturi asin-
 cus.Liatur? Bitiisitis sapides
 equatqui cum ilita necuptio
 ipsaexpero berr Aximaiorrum
 idus essi bla sint faceripisit,
 optiandi itaturi asin-
 cus.Liatur? Bitiisitis sapides
 equatqui cum ilita necuptio
 ipsaexpero berr Aximaiorrum
 idus essi bla sint faceripisit,
 optiandi itaturi asin-
 cus.Liatur? Bitiisitis sapides



Aximaorrum idus essi bla sint
 faceperisit, optandi itaturi asinci-
 ti cus.Liatur? Bitiisitsit sapides
 equatui cum ilita neuptio
 ipsaexpero berr Aximaorrum
 idus essi bla sint faceperisit,
 optandi itaturi asincti cus.Liatur?
 Bitiisitsit sapides equatui cum
 ilita neuptio ipsaexpero berr
 Aximaorrum idus essi bla sint
 faceperisit, optandi itaturi asinci-
 ti cus.Liatur? Bitiisitsit sapides

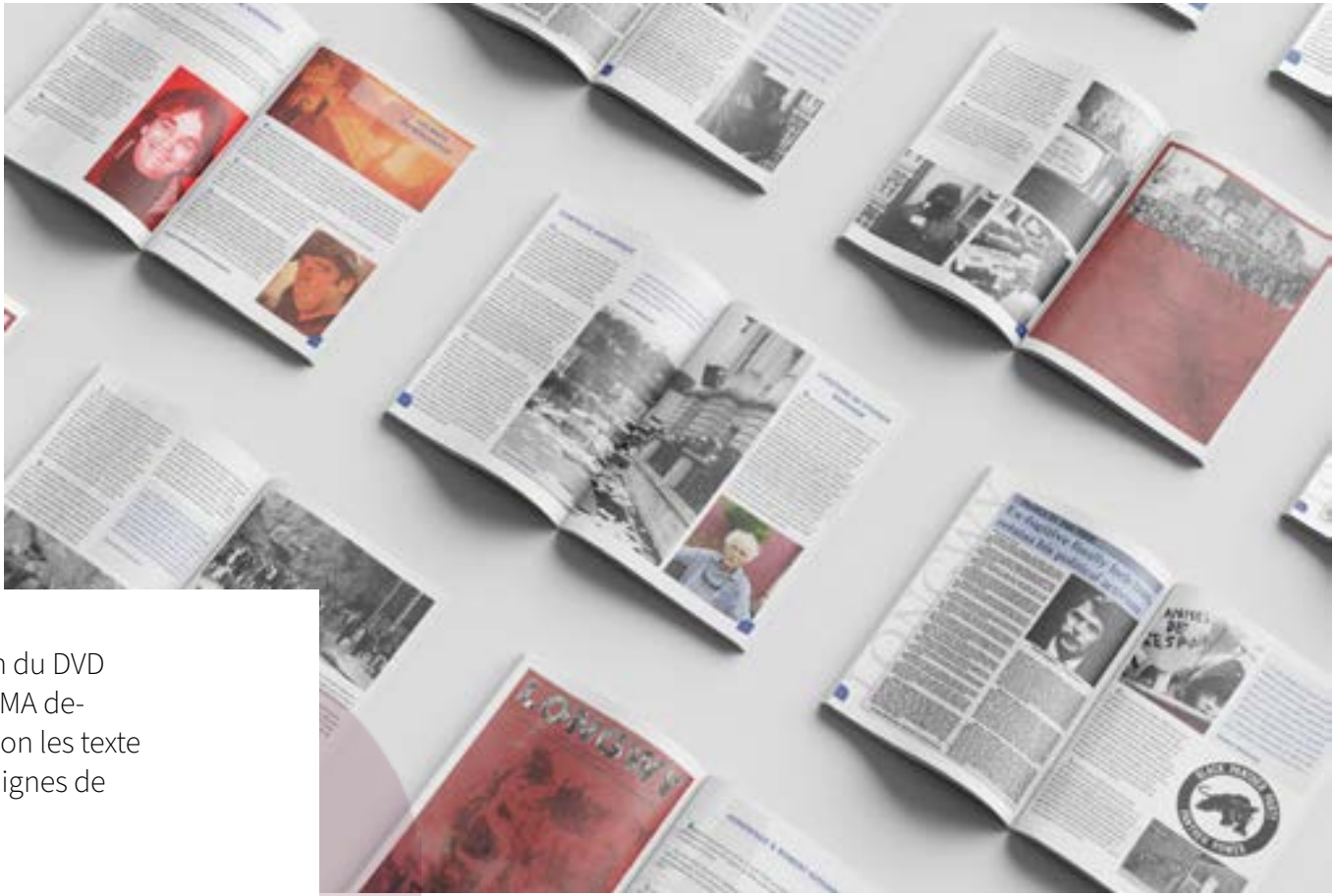
PRINT DESIGN



le livret du DVD

Projet de formation: Pour la réédition du DVD Longwy, l'association J'AIME LE CINEMA demande de recréer le livret du DVD selon les texte et photos jointes. Il doit être utilisé dignes de bases et les styles de paragraphes.

FORMAT LE FOND PERDU - 5 MM
297*210 CM



Inside page



L'HISTOIRE DE STEPHEN BINGHAM

Stephen Mitchell (dit Steve) Bingham naît le 23 avril 1942 à Salem (Connecticut) dans une famille connue des Etats- Unis : son père était un écrivain politique, avocat et sénateur de l'état du Connecticut et son grand-père, Hiram Bingham, un prof de Yale University, sénateur des Etats-Unis, mais également explorateur ayant fait connaître au monde l'existence de la citadelle de Machu Picchu au Pérou. Diplômé de la Yale University, son engagement le pousse à aider et défendre la population afro-américaine du Mississippi contre la ségrégation dont elle est victime ou encore les immigrés dans les années 1960 et au début des années 1970. Pendant ses études de droit à l'Université de Californie à Berkeley, il milite contre la guerre du Vietnam et fait du volontariat pour United Farm Workers of America, le syndicat des travailleurs agricoles organisé par César Chavez. Il devient avocat en 1970, spécialiste dans l'aide judiciaire aux personnes démunies.



5



« A Marin Comté, près de San Francisco, ce procès, qui a duré des mois, aura coûté cher à ma famille et à ceux qui ont contribué à payer les avocats. Mais j'ai été innocent. Et j'ai pu reprendre mon boulot d'avocat, pour les démunis, les réfugiés, etc. J'ai finalement repris ma vie d'avant ma cavale, qui aura duré 13 ans. Treize longues années où j'ai fait l'expérience de la solitude, de la paranoïa (j'avais quarante fois par jour l'impression d'être suivi par un agent du FBI). »

Stephen BINGHAM



10



Robert Boarts embarque dans sa nouvelle aventure cinématographique en Lorraine avec Daniel Ropars pour les premiers tournages puis avec Françoise Blusseau, jeune étudiante qu'il a rencontrée sur les bancs de Vincennes et qui deviendra sa femme. Elle sera ingénieure du son pour un autre film qui incorpore des scènes filmées à Longwy. Durant plusieurs mois, avec parfois l'aide de Philippe Hochard, un autre étudiant de Vincennes, le duo va s'immerger dans la réalité sociale de celle qui se fait appeler par certains médias nationaux « la république populaire de Longwy », et dans les luttes qui resteront dans les mémoires comme les « événements de Longwy » et feront trembler le pouvoir giscardien, inquiet de voir une possible révolution partir de cette ville en ébullition. Ayant des idées politiques plus proches de celles de la CFDT de Longwy de l'époque, tendance anarcho-autonome, celui qu'on surnomme Bob se laisse guider par Robert Giovanardi, l'un des hommes forts de la section locale du syndicat. Ce dernier le fait entrer dans les usines et facilite la rencontre des cinéastes avec des ouvriers, des familles,

des femmes qui prennent une part active aux luttes, des travailleurs immigrés dans les foyers d'accueil et autres victimes de discriminations.

A la suite de la radio SOS emploi (marquée CFDT), la radio Lorraine cœur d'acier, elle aussi tout aussi illégale, est lancée par la CGT à cette époque du monopole des ondes. La caméra de Robert Boarts filme tout, y compris les divisions syndicales et le rôle joué par les partis politiques, le Parti communiste en tête.



9

Il y a quelques années, Robert Boarts, redevenu Steve Bingham et Françoise Blusseau perdent leur fille Sylvia Bingham, fauchée par un chauffard. Depuis, l'avocat milite pour le droit des cyclistes et l'amélioration de leur sécurité au sein du Sylvia Bingham Fund. Après cette tragédie, il se retourne sur sa vie, mouvementée. Le désir de revoir cette ville ouvrière de Lorraine dans laquelle il a vu grandir son amour pour Françoise Blusseau et qui l'a marqué par ses engagements, est le plus fort.

WwwEte 2017 : quatre ans après sa retraite, il revient à Longwy avec sa femme sur les traces de leur passé et des luttes qui ont secoué la ville. Dans leurs bagages : un disque dur, sur lequel se trouve le documentaire Longwy, qu'ils ont fait remasteriser et coloriser à Paris.



11

PROCREATE

**Peinture digitale
illustration
personnages**



BAR-Le-DUC Grand Est

J'ai utilisé seulement *deux*
pinceaux :

✿ *Charbon de bois de saule*

✿ *Encre sèche*



Plain Air Dessin

Le dessin est réalisé sur le vif,
en plein air, dans l'application
Procreate. Dans ce cas, l'iPad a
remplacé les matériaux tradi-
tionnels que je préfère : le fu-
sain et le pastel.



FIGMA

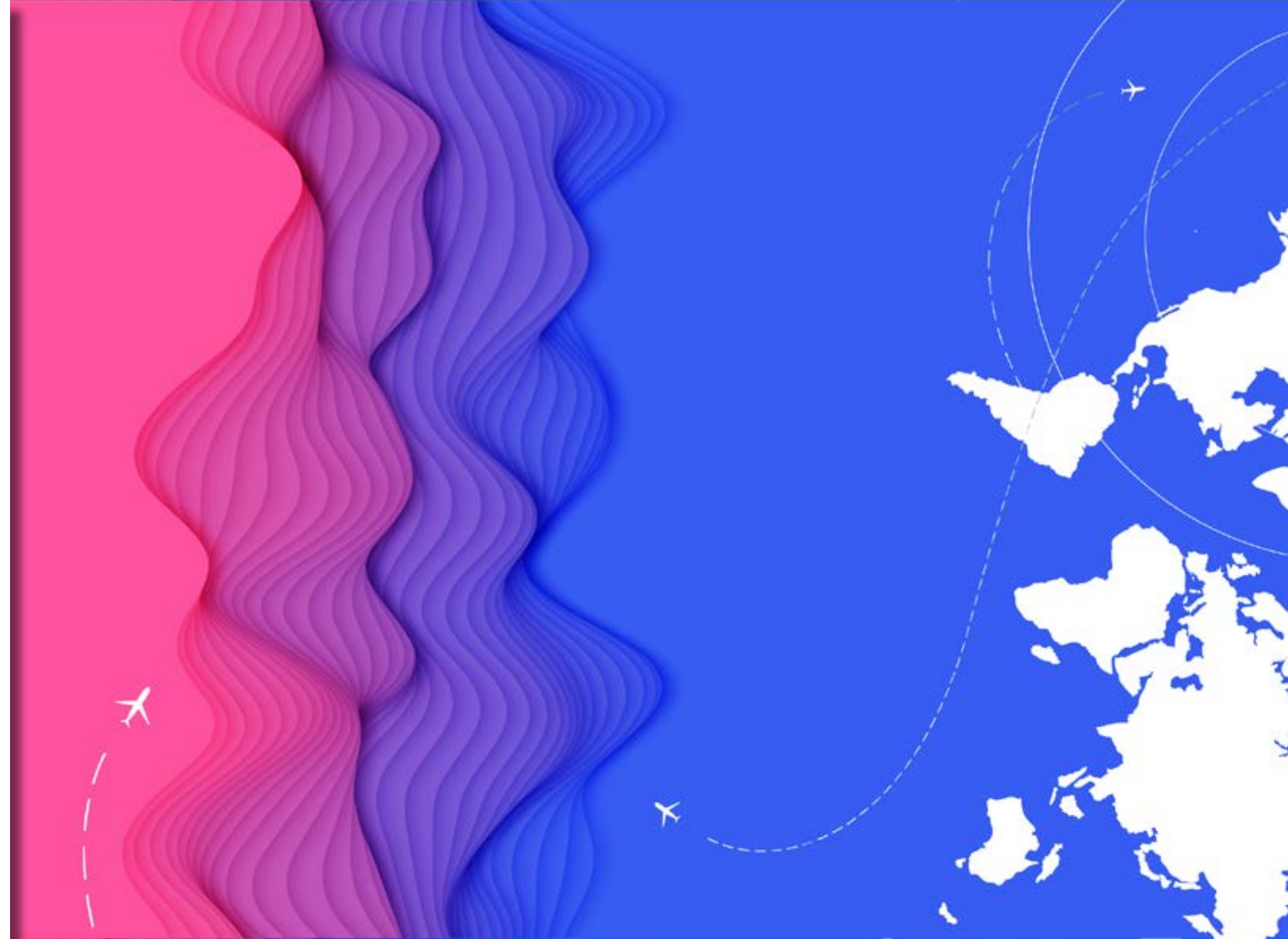
Prototypage

Mise en page

Conception de l'expérience utilisateur

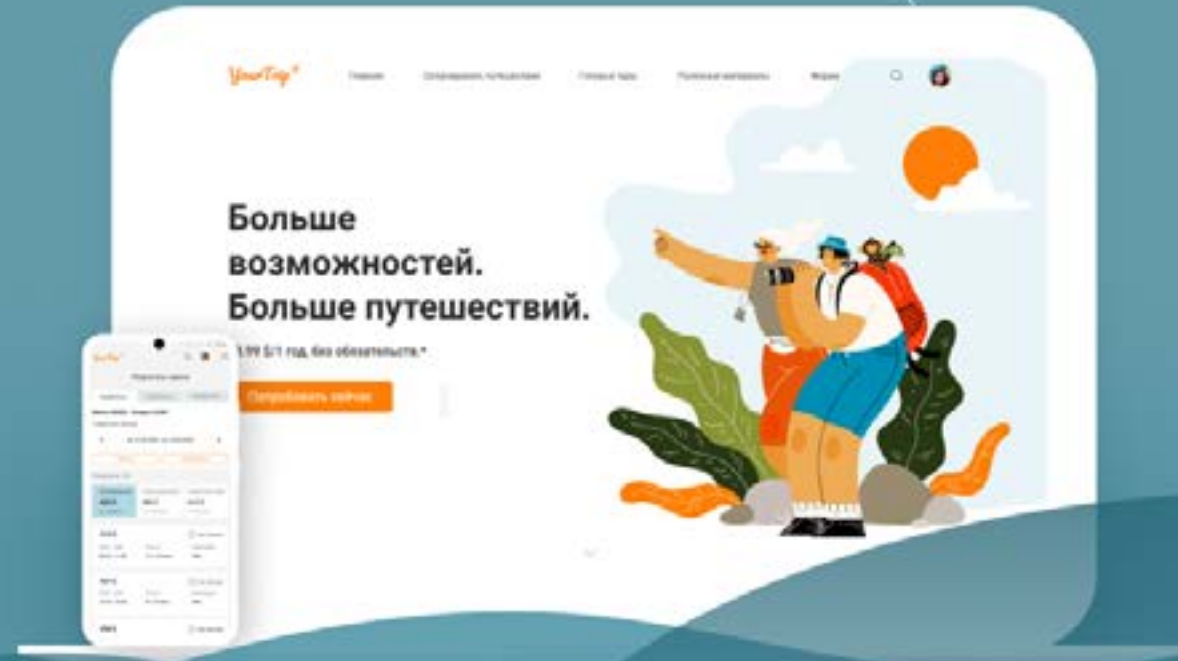
Solobarisation en temps réel

Edition de graphiques vectoriels



YourTrip

Il s'agit d'un service d'aide aux voyageurs. Yourtrip permet d'organiser et de planifier toutes les étapes, d'obtenir des conseils d'experts et de trouver un compagnon de voyage pour votre futur voyage.

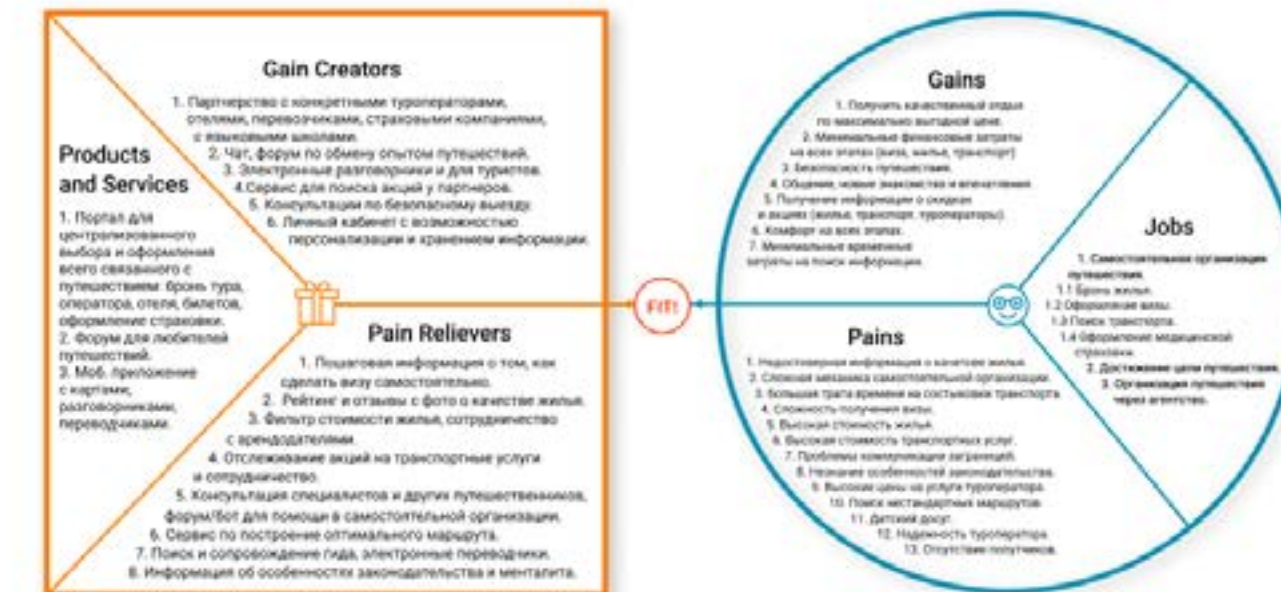


À propos du projet

Afin de comprendre qui est le public cible de notre service, ainsi que les problèmes auxquels une personne qui planifie un voyage est confrontée et comment le service peut l'aider, nous avons mené une étude UX en plusieurs étapes.

Le canevas de la proposition de valeur

À ce stade, les objectifs commerciaux et les indicateurs clés de performance de notre service ont été élaborés.



Lean Canvas

Qui est le client et quels sont les problèmes qu'il rencontre. Quelles seront les sources de profit et quelle est la structure des coûts - ce sont des questions importantes, dont les réponses sont nécessaires pour décrire le modèle de la future entreprise.
le modèle de l'entreprise future.

Problem 1. Недосток надежной информации. 2. Сложная логистика при самостоятельном путешествии. 3. Высокие цены.	Solution 1. Партнерство с конкретными туроператорами, отелями, перевозчиками, страховыми компаниями. 2. Чат, форум по обмену опытом путешественников, отзывы. Рейтинги пользователей. 3. Сервис для поиска акций партнеров. 4. Консультации по безопасному вынуду. 5. Личный кабинет пользователя с персонализацией и хранения информации.	Unique value proposition Сервис, позволяющий организовать путешествие максимально выгодно в кратчайшие сроки в любую точку мира по оптимальному маршруту.	Unfair advantage 3. Уникальные скидки, предложенные от партнеров. 4. Возможность персонализации своего личного кабинета.	Customer segments 1. Самоорганизованные путешественники. 2. Путешествующие с помощью туроператоров. 3. Самоорганизованные путешественники с детьми. 4. Путешествующие с детьми с помощью агентства. 5. Туроператоры, туроператоры. 6. Отели, отели, гостевые дома. 7. Перевозчики. 8. Гаиды, экскурсоводы. 9. Рестораны, кафе, бары. 10. Музеи, театры, культурные центры.
Existing alternatives 1. Сайты и приложения для поиска информации. 2. Сайты и приложения для поиска оптимального маршрута на основе отзывов пользователей. 3. Различные сервисы бронирования, организации. 4. Сайты, приложения для сотрудничества с нашими партнерами, партнерами, партнерами.	Key metrics 1. Зарегистрированные пользователи. 2. Пользователи сайта. 3. Premium-аккаунты. 4. Количество скачиваний приложения. 5. Рейтинг (суд. приложения).	High-level concept Яндекс.транспорт международного масштаба + booking.com + couchsurfing.com + tripadvisor.com + наш сервис	Channels 1. Контекстная реклама Яндекс и Гугл. 2. Таргет реклама. 3. СММ. 4. Реферальная ссылка (партнерка). 5. Выступления на тематических мероприятиях, форумах. 6. Реклама в соц. сетях (YouTube, и др.) 7. E-mail рассылка.	
Cost structure 1. Зарплата штатным специалистам. 2. Хостинг, домены. 3. Налог. 4. Оплата создания программных продуктов. 5. Реклама.	Revenue streams 1. Получение отчислений (%) от сделок пользователей, получение реферальных отчислений. 2. Premium-аккаунты. 3. Абонплата за расширенный пакет моб. приложения.			

Stratégie SMART

A ce stade, les objectifs commerciaux et les indicateurs clés de performance de notre service ont été élaborés.

Specific	Measurable	Attainable	Relevant	Time bound
1. Увеличение числа подписчиков, посетителей портала	1. Количество регистраций 2. Количество просмотров сайта 3. Процент активных пользователей 4. Длительность активности на ресурсе 5. Количество и частота возвратов 6. Количество скачиваний мобильного приложения 7. Количество подписок на расширенный версию приложения 8. Количество подписок на премиум-аккаунт	1. Бесплатный тестовый период 2. Ежедневная рассылка по e-mail 3. Предоставление скидки на проживание после завершения бесплатного периода 4. Форум для обсуждения посещаемых стран, открытия вид и т.п. 5. Страницы с отзывами материалов в соцсетях 7. Размещение в соцсетях на бесплатную подписку премиум-аккаунта	• Больше зарегистрированных пользователей • Больше подписок на премиум-аккаунты • Возможность заглянуть сделки с большим количеством партнеров. • Широкая база предложений по организации отдыха • Больше прибыли в долгосрочной перспективе	1. Запуск сайта-портала (MVP) через 3 месяца 2. Запуск мобильного приложения (MVP) через 4 месяца
2. Заработок на продаже премиум-аккаунтов и расширенный пакет мобильного приложения	1. Количество продаж премиум-аккаунтов 2. Общий объем дохода с одного пользователя 3. Средний доход с одного аккаунта в месяц (ARF) 4. Общий доход в месяц с нашего продукта (MRR) 5. Количество средств, необходимых для привлечения нового клиента (CAC)	1. Лендинг с продающими триггерами для увеличения продаж 2. Баннеры с рекламой мобильного приложения на всех страницах ресурса 3. Баннеры с рекламой уникальных предложений в соответствии с запросами пользователей 4. A/B тесты для лендинга и баннеров 5. Предоставить возможность пользователям влиять на контент посредством голосования, опроса и т.п.	• Больше продаж премиум-аккаунтов • Больше прибыли • Возможность привлечь больше компетентных, авторитетных партнеров • Расширение и улучшение функционала сервиса • Повышение удовлетворенности от пользования нашим ресурсом • Больше прибыли в долгосрочной перспективе	
3. Повышение лояльности клиентов	1. Рейтинг моб. приложения в App Store и play market 2. Время нахождения на ресурсе 3. Количество переходов на реферальными ссылками 4. Длительность активности на ресурсе 5. Количество и частота возвратов 6. Количество скачиваний приложения 7. Количество подписок на расширенную версию приложения 8. Количество подписок на премиум-аккаунт 9. Положительные отзывы о сервисе в соц. сетях (за блог) 10. Обсуждение мобильного приложения. 11. Превращение платного аккаунта в расширенную версию. 12. Подписка на e-mail рассылку.	1. Реальные отзывы от первых пользователей 2. Скидки на премиум-аккаунты для постоянных пользователей 3. Чат-бот с круглосуточной поддержкой пользователей, оперативно и конструктивно реагировать на проблемы и мнения пользователей 4. Интуитивно-понятный для всех категорий пользователей интерфейс 5. Внутренняя валюта (баллы или очки) за целевые действия на сервисе 6. Проведение опросов или анкетирований об удовлетворенности путешественников, экспертами и т.п.	• Выше лояльность • Больше посетителей • Увеличение времени нахождения на сайте • Увеличение количества возвратов • Больше рекомендаций друзьям • Увеличение числа подписчиков на премиум-аккаунты • Увеличение подписок на расширенную версию моб. приложения • Больше прибыли	
4. Привлечение внимания на рынке партнеров	1. Количество заключенных сделок 2. Количество активных пользователей 3. Средний чек партнера от 1 клиента сервиса 4. Общий доход в месяц с нашего продукта (MRR) 5. Количество крупных игроков на рынке среди наших партнеров 6. Количество переходов на сайт партнеров с нашего сервиса 7. Количество заказов с нашей помощью сделки с партнерами	1. Бесплатный тестовый период (не платит % от сделки с пользователем) 2. % от сделки ниже, чем на других схожих ресурсах (booking.com и т.п.) 3. Индивидуальное (выгодное) предложение, если пользователи активно пользуются услугами партнера	• Больше партнеров • Повышение авторитетности ресурса • Интерес со стороны новых потенциальных партнеров • Увеличение общего числа пользователей • Увеличение подписок на премиум-аккаунты • Больше прибыли	

Personnalités de l'utilisateur/utilisateurs

Dans le cadre de l'étude du public cible, une segmentation des utilisateurs a été réalisée. Nous avons mené des entretiens avec des représentants des segments sélectionnés et créé des cartes de personnes.

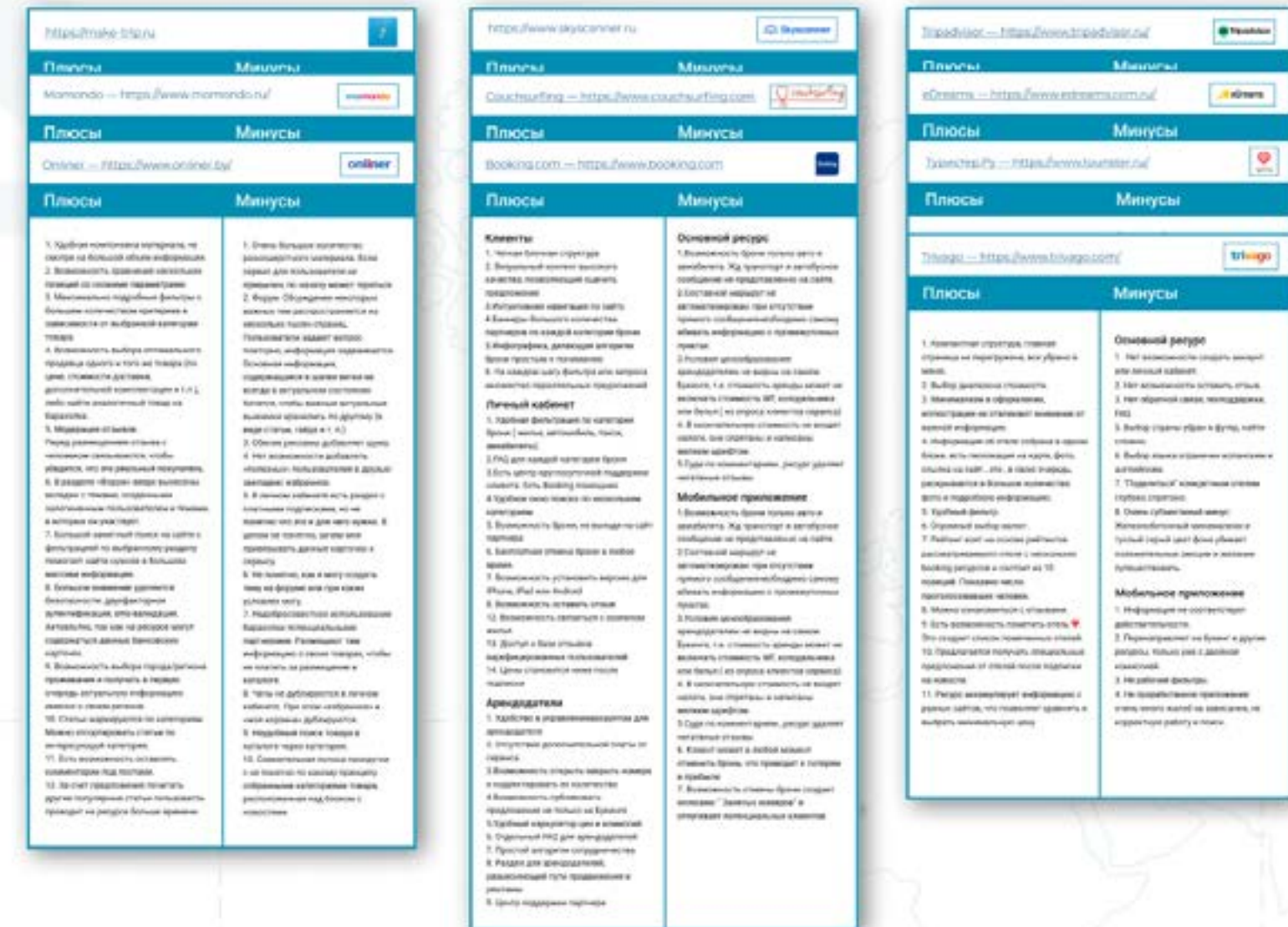


Il s'agit d'un site de voyage. Your trip

pour votre voyage.

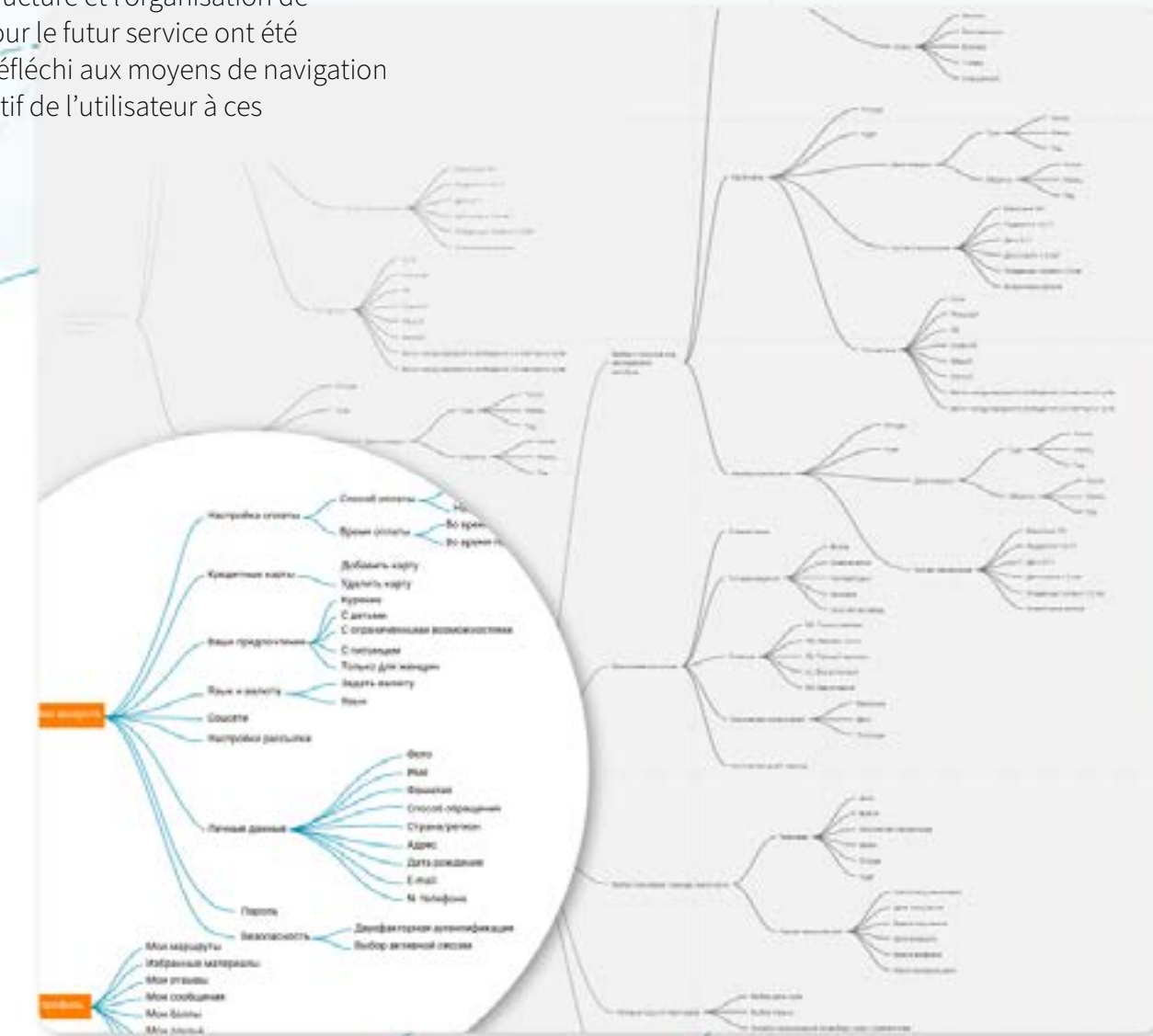
Analyse de la concurrence

À ce stade, les sites web des concurrents ont été analysés. Les points positifs et négatifs ont été identifiés.



110

✱



Conception visuelle

Palette de couleurs

Nous avons utilisé quelques couleurs et une couleur de fond discrète. Mais nous avons ajouté la couleur de la mer et du soleil pour accentuer les couleurs, car notre produit est destiné aux voyageurs assoiffés.

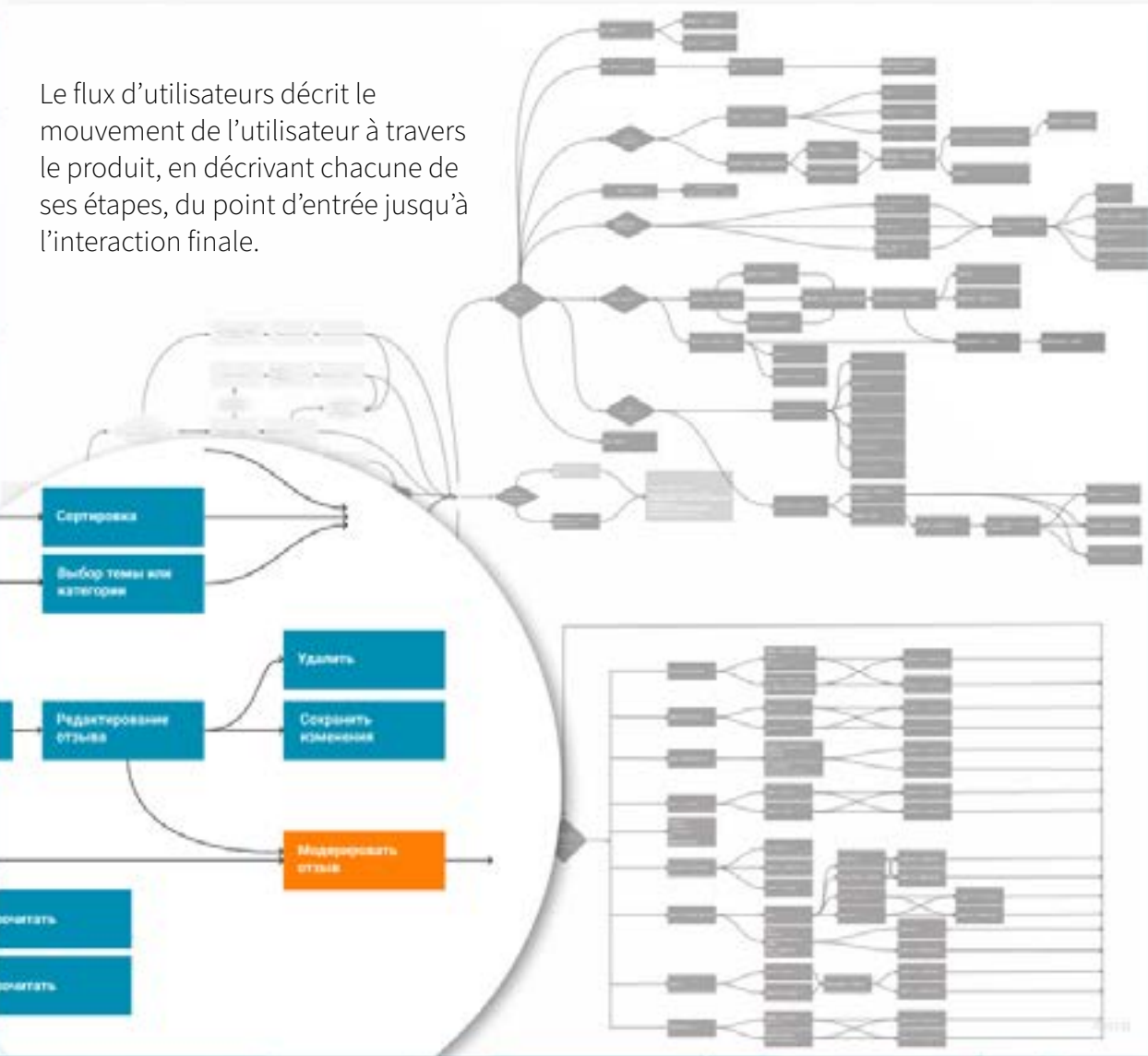
Typographie

AaBbCc AaBbCc AaBbCc
AaBbCc AaBbCc AaBbCc

Nous n'utilisons qu'une seule police, Roboto. Son contour simple aidera à percevoir les informations complexes de notre ressource.

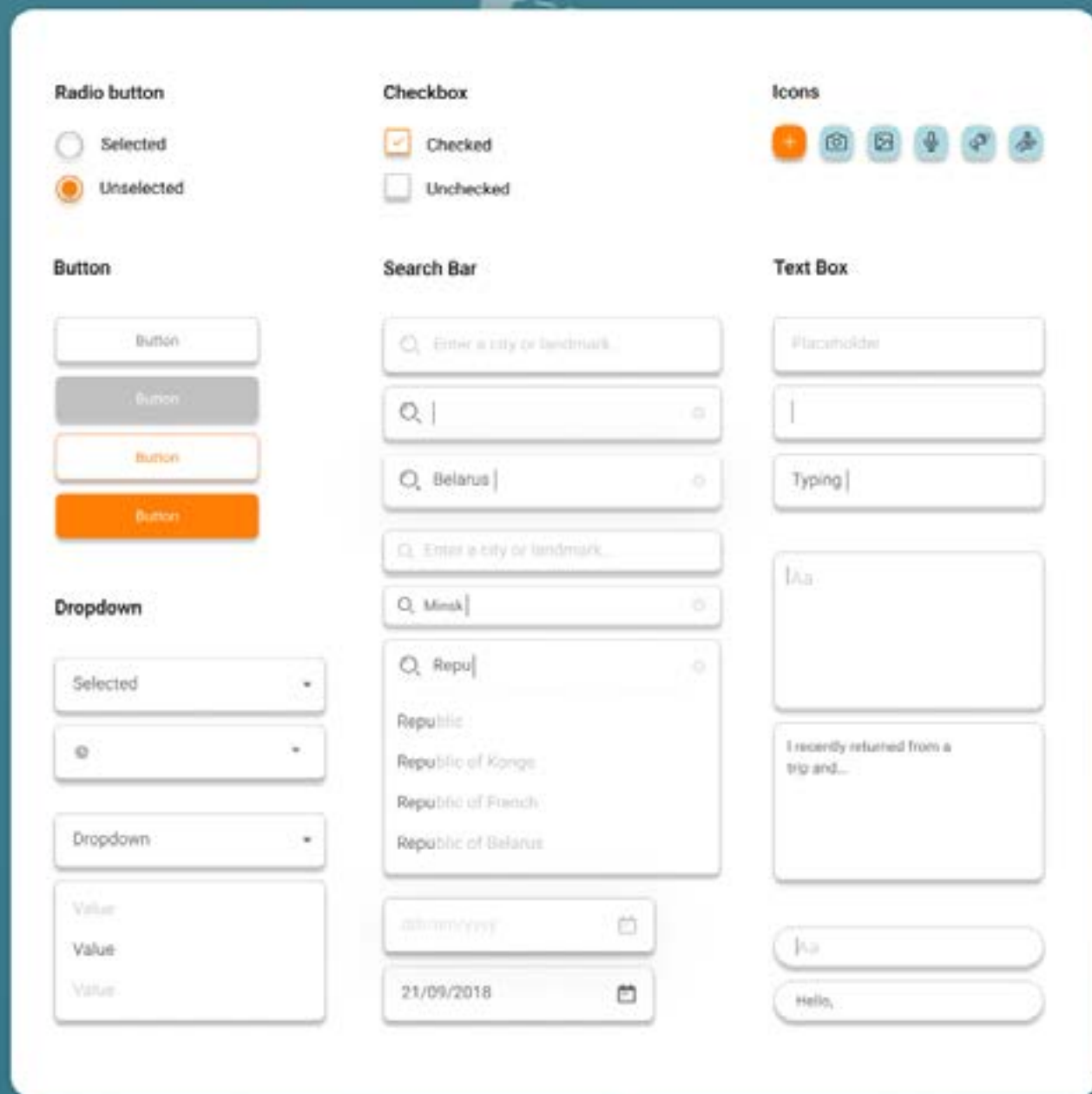
Flux de l'expérience utilisateur

Le flux d'utilisateurs décrit le mouvement de l'utilisateur à travers le produit, en décrivant chacune de ses étapes, du point d'entrée jusqu'à l'interaction finale.



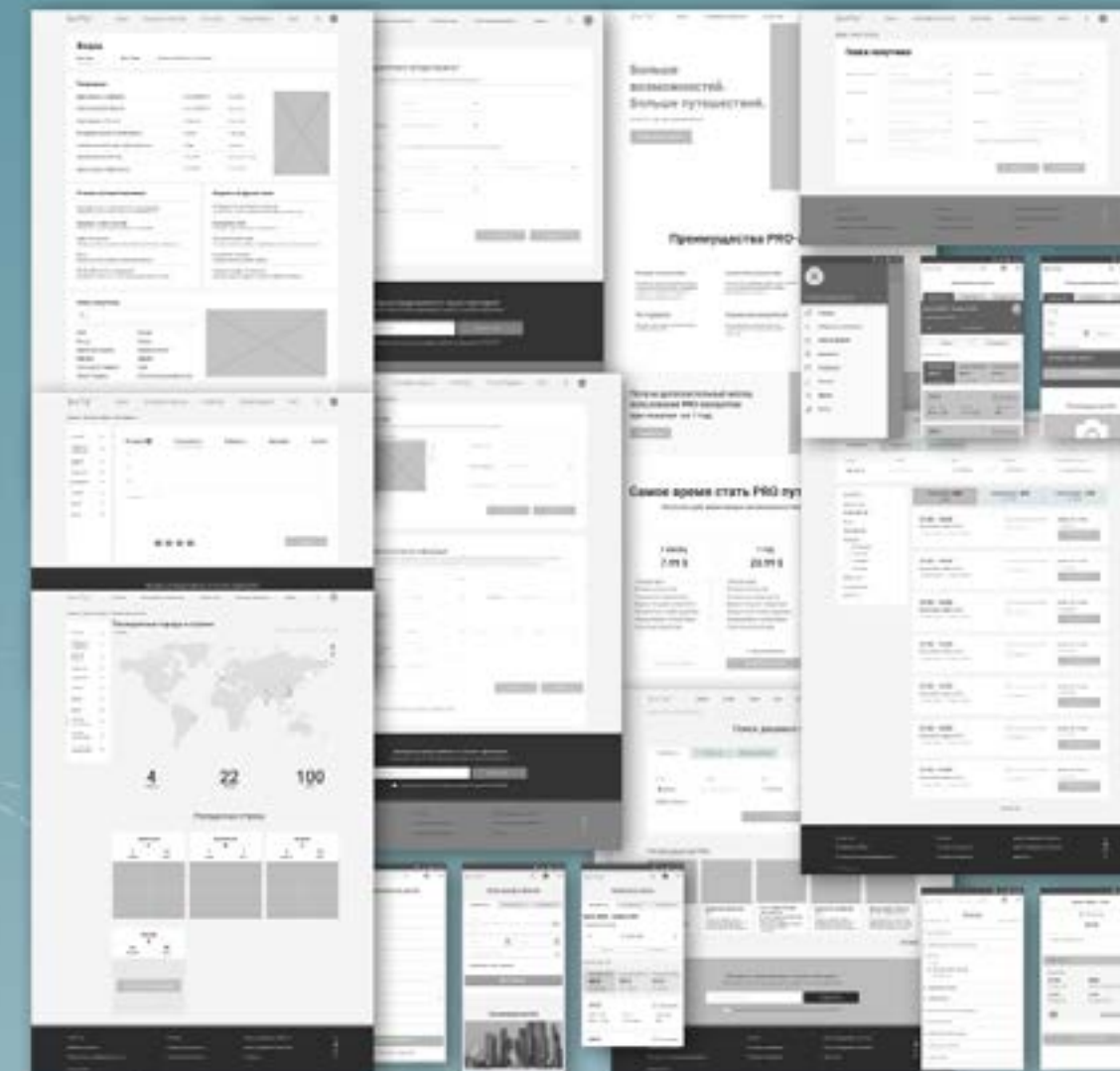
We are created UI kit for the well coordinated work and unity of style.

Guide de style

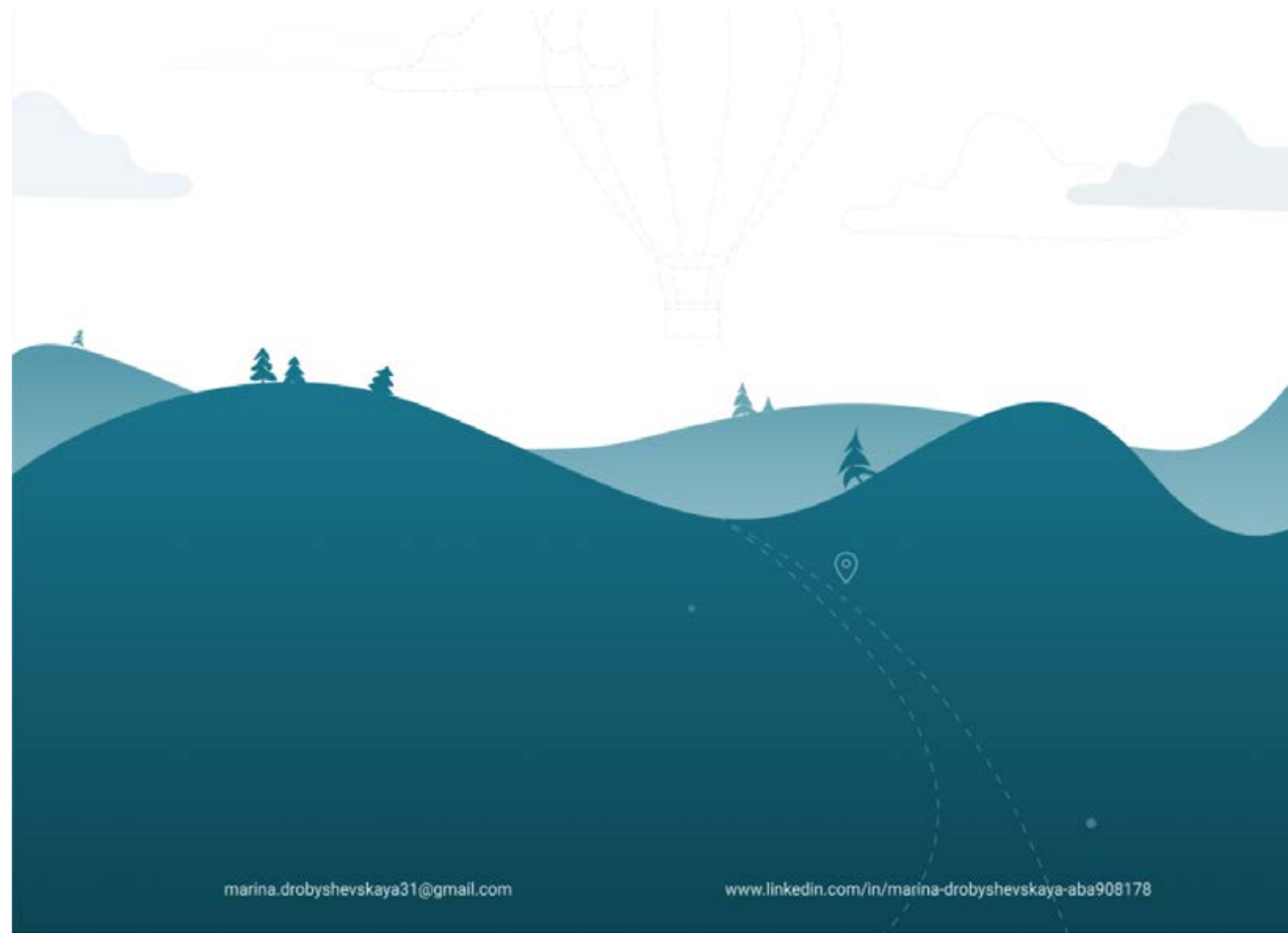
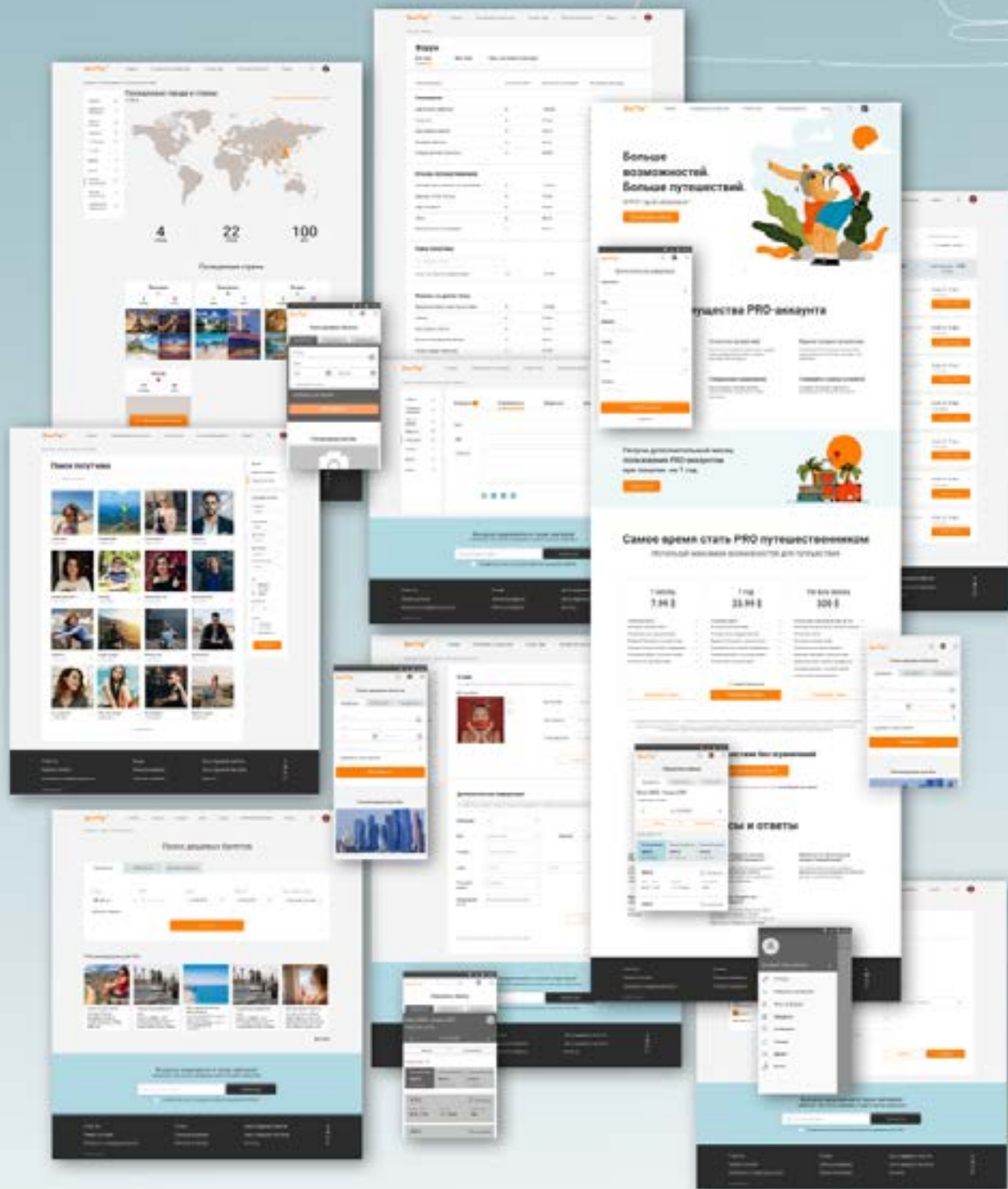


Wireframes

Des maquettes d'écrans ont été créées pour une meilleure compréhension de la structure et de la composition.



Après avoir effectué des recherches, une conception visuelle a été créée





Collaborons)

tel. (+33) 7 84 17 21 85

melisa310778@gmail.com

