***Cosmétique Low-Cost***

De quoi avons-nous besoin de parler sur notre site internet ?

* Des produits bio low-cost made in France
* Story telling
* FAQ, Blog, …

Quel sujet d’actualité aimerions-nous aborder ?

* Les droits de douane
* Qualité française

A quelle(s) passion(s) souhaiterions nous dédier notre site ?

* Pour que tout le monde ait accès à du cosmétique français low-cost

Nom du site : Joli (clair, positif, facile à retenir)

**Brief)** Cible positionnement produit prix détail SAV contacte …

Magasin physique e-commerce

**Benchmarks)** (produit service, fonctionnalité web, idd visuel)

News lettre, analyse service et produit concurrent, analyser tout le site web et graphique des concurrents est ce qu’on veut faire la même chose ou complètement se démarquer

**Structure du site)** 1- menu (visage « peau sensible… », corp, contact….

2- blog…

**Texte, identité visuelle du site)** logo, couleur, typographie, style de pictogramme icone, visuel ou illustration (open sans)

3 clic maximum pour accéder à une info

Wost et Chagpt pour le SEO.

Alors que maquillage les concurrents shein, action, normal, bys, folie cosmétique, yesStyle, elf, marque sephora, essence, cible unisexe 13-30 ans inspire toi uniquement du site de bys cosmétique

Une image contenant texte, capture d’écran, Site web, logiciel

Le contenu généré par l’IA peut être incorrect.

Une image contenant texte, Police, blanc, capture d’écran

Le contenu généré par l’IA peut être incorrect.

**Benchmark du site BYS Cosmétique**

**Produits & services**

**Gamme de produits proposés**

BYS Cosmétique (BYS Maquillage) offre une **très large gamme de produits de beauté à petit prix**, couvrant le maquillage, les cosmétiques et le skincare. Le site propose **plus de 1000 références** allant du teint (fonds de teint, correcteurs) aux yeux (fards, mascaras, eyeliner), en passant par les lèvres (rouges à lèvres, gloss) et les ongles, sans oublier les accessoires comme les pinceaux​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=dans%20sa%20peau%20chaque%20jour%2C,combler%20toutes%20vos%20envies%20makeup)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=l%C3%A8vres%20%2C%C2%A0vernis%20%C3%A0%20ongles%20%2C%C2%A0,combler%20toutes%20vos%20envies%20makeup)

. On y trouve également des **soins pour le visage et le corps**, des **parfums** ainsi que des **coffrets cadeaux** thématiques. BYS met en avant des gammes spécialisées, par exemple une ligne hypoallergénique pour peaux sensibles et une sélection de maquillage vegan – **tous leurs produits sont cruelty free et la plupart vegan**​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Vous%20aussi%2C%20adoptez%20la%20marque,70%25%20et%20nos)

. Le site ne se limite pas à la marque BYS : il référence de **multiples marques bon marché** appréciées des beauty addicts (marques polonaises comme Bell ou Wibo, soins naturels Nacomi, etc.), ainsi que des sous-collections BYS (ex: *Be Free by BYS*, *Skin By BYS*, *BYS Mini Me*). Cette variété permet de couvrir **toutes les envies makeup** des 13-30 ans, filles comme garçons, du look naturel au plus créatif​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=dans%20sa%20peau%20chaque%20jour%2C,combler%20toutes%20vos%20envies%20makeup)

.

**Positionnement prix et promotions**

Le positionnement de BYS est résolument **low-cost** : la promesse affichée est du *« maquillage pas cher »*, avec des produits **à partir de 1€** seulement​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=boutique%C2%A0grossiste%20maquillage%20%20d%C3%A9di%C3%A9e%20aux,addicts%2C%20bienvenue%20chez%20BYS%2C%20le)

. La marque, née en Australie en 2006 et arrivée en France en 2013, s’est donné pour mission de rendre la beauté accessible à tous les budgets. BYS affirme que chacun doit pouvoir se sentir bien dans sa peau chaque jour et conçoit pour cela des produits **innovants, longue tenue et bien pigmentés à prix mini**​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=N%C3%A9e%20%C3%A0%20Melbourne%20en%202006,Fond%20de%20teint%2C%C2%A0%2030%20palette)

. Des **promotions et bons plans permanents** jalonnent le site : une section dédiée propose du maquillage **à partir d’1€**, des offres de **destockage jusqu’à -70%** sur des fins de séries, ainsi que des **lots à prix cassés**​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=peaux%20sensibles%2C%20notre%20s%C3%A9lection%20de%C2%A0maquillage,Be%20YourSelf%20%26%20Share%20Your)

. Par exemple, au moment du benchmark, un *Coffret Soins Visage* Lirene était soldé **-70% (de 14,95€ à 4,49€)**​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=S%C3%A9rum%20Visage%20%2B%20Mousse%20Nettoyante)

. Des **offres saisonnières** type Black Friday peuvent aller jusqu’à -80% sur des milliers d’articles. Cette stratégie de mini prix s’accompagne pourtant d’avantages qualitatifs mis en avant (formules testées dermatologiquement, certifiées PETA sans cruauté animale, etc.), afin de rassurer la clientèle que « pas cher » peut rimer avec **qualité** et **tendance**​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=N%C3%A9e%20%C3%A0%20Melbourne%20en%202006,Fond%20de%20teint%2C%C2%A0%2030%20palette)

.

**Services associés et expérience client**

BYS soigne les **services associés** pour bonifier l’expérience client. D’abord, la **livraison** est rapide et étendue : les commandes sont préparées sous 24/48h​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/garanties-livraison/#:~:text=Image)

et expédiées en France (y compris Corse, Monaco, DOM via partenaire) ainsi qu’en Belgique et Espagne​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/garanties-livraison/#:~:text=Nous%20livrons%20sur%20tout%20le,et%20sur%20leur%20site)

. Plusieurs modes de transport sont proposés (Point Relais, Colissimo, etc.) avec des **frais de port offerts dès 49€ d’achat** (seuil relativement bas)​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/garanties-livraison/#:~:text=Mondial%20Relay%20,chiffre%20sur%20le%20mod%C3%A8le%209xxxxxxx)

. En outre, BYS **offre des cadeaux à ses clients** : un programme de *« cadeaux beauté »* prévoit des **produits offerts selon le montant du panier**, dès 29€ d’achat​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Image%3A%20Cadeaux%20Beaut%C3%A9)

. Par exemple, à 29€ un masque est offert, et plus le panier grimpe, plus le nombre et la valeur des cadeaux augmentent (jusqu’à un set de pinceaux offert dès 150€)​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/nos-marques/#:~:text=Derniers%20articles%20ajout%C3%A9s%20%C3%97)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/nos-marques/#:~:text=Duo%20Cadeaux)

. Cela est clairement indiqué dans le panier via une barre de progression vers le *“prochain cadeau”*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=Dans%20votre%20salle%20de%20bain,en%2048h)

, incitant à augmenter son panier.

Le site propose également un **programme pour les professionnels** de la beauté : une boutique grossiste est dédiée aux maquilleurs pro, écoles d’esthétique, CE d’entreprise, avec des tarifs de gros​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Vous%20aussi%2C%20adoptez%20la%20marque,70%25%20et%20nos)

. Par ailleurs, le service client est bien présent via une FAQ, un formulaire de contact, et même une **assistance conseil** sur les fiches produits (une bulle *« Besoin d’aide pour choisir ? Posez vos questions ici »* permet aux visiteurs de solliciter des conseils personnalisés)​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=Prochain%20cadeau%20dans%2029%2C00%C2%A0%E2%82%AC)

. Enfin, BYS entretient une **communauté active** : la marque invite les clients fidèles à devenir *“égéries”* en recevant des box personnalisées en échange de partages de looks et tutoriels sur les réseaux sociaux​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avantages-bys/#:~:text=Image)

. Cette dimension communautaire, ajoutée à un ton accueillant (*« Beauty addicts, bienvenue chez BYS »*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=vous%20%C3%AAtes%20%C3%A0%20la%20recherche,Be%20YourSelf%20%26%20Share%20Your)

), renforce la proximité avec la clientèle jeune et connectée.

**Fonctionnalités web**

**Navigation générale et recherche interne**

La **navigation sur le site BYS** est pensée de manière claire et conviviale. Le menu principal, accessible en haut de page, est organisé par grandes catégories de produits (Maquillage, Soins, Accessoires, Parfums, Coffrets, etc.), et propose aussi l’accès aux **nouvelles collections** ou promotions du moment (ex: *Nouveautés*, *Maquillage 1€*, *Destockage*). Une section *« Nos Marques »* permet de filtrer par marque pour celles et ceux qui recherchent une marque spécifique parmi celles distribuées​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Nos%20Marques)

. Le **moteur de recherche interne** est mis en avant avec une barre *Rechercher…* persistante. Dès qu’on clique dessus, le site suggère des **recherches populaires** (par ex. *Mascara*, *Blush*, *Rouges à lèvres*, etc.), ce qui aide l’utilisateur à trouver l’inspiration ou le bon terme​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/ecran-accueil-mobile/#:~:text=Produits)

. Les résultats de recherche et pages catégories peuvent être triés et filtrés de multiples façons (par popularité, prix croissant/décroissant, meilleures notes, ordre alphabétique)​

[byscosmetics.eu](https://byscosmetics.eu/bys/#:~:text=Sort%20By%20%20Our%20favourites,Product%20name%20A%20%C3%A0%20Z)

. Globalement, les clients saluent la facilité de navigation : *« Le site est très bien fait, visibilité des produits parfaite »*témoigne une utilisatrice, qui note aussi la rapidité de livraison derrière​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=16%2F03%2F2025)

. Même avec le très grand choix disponible, l’organisation aide à s’y retrouver, quitte à avoir *“du mal à choisir tellement les produits sont de qualité à des prix très abordables”*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=13%2F02%2F2025)

.

**Fiches produits détaillées et avis clients**

Les **fiches produits** BYS sont riches en informations et fonctionnalités utiles. Chaque fiche affiche de **belles photos du produit** (plusieurs vues/variantes) et parfois des visuels d’ambiance. Le nom du produit est accompagné de sa marque (utile puisque le site vend plusieurs marques) et d’un descriptif court mettant en avant les bénéfices (ex. *“Sérum Visage + Mousse Nettoyante”* pour un coffret de soins​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=Lirene)

). Le **prix** est clairement indiqué, avec l’affichage du prix barré et du pourcentage de remise le cas échéant, ainsi que le prix spécial en évidence​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=S%C3%A9rum%20Visage%20%2B%20Mousse%20Nettoyante)

. Des informations de réassurance figurent juste en dessous du prix : par exemple *“En stock en France au Pays Basque”*(pour indiquer la localisation et la disponibilité immédiate), *“Livraison offerte à partir de 49€”* et *“Dans votre salle de bain en 48h”* pour rappeler les avantages logistiques​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=Nettoyage%20en%20profondeur%20,Aqua%20Bubbles)

.

Chaque fiche intègre la **dimension communautaire** du site : on voit la note moyenne sur 5 et le nombre d’**avis clients** s’il y en a (ex. *4,73/5 sur 1208 avis* pour un rouge à lèvres à 1€ sur la page d’accueil​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Image%3A%20Rouge%20%C3%A0%20L%C3%A8vres%20Essentiel)

). Les clients peuvent laisser des avis sur les produits achetés, aidant les suivants à faire leur choix. Il existe également une section **Q&R** comme mentionné plus haut, où l’on peut poser une question relative au produit et obtenir de l’aide du support BYS ou de la communauté​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=Ce%20produit%20vous%20rapporte%2045,Rubys)

. La description détaillée du produit figure plus bas, avec les caractéristiques, conseils d’utilisation et parfois la liste d’ingrédients pour les cosmétiques. Souvent, des **produits complémentaires ou similaires** sont suggérés pour inciter à la découverte (ventes croisées). L’ensemble de ces éléments fait que les fiches sont complètes malgré le petit prix des articles.

En termes d’**avis clients globaux**, BYS affiche aussi sa note moyenne générale (Trustpilot ou interne) – actuellement **4,7/5 sur plus de 25 000 avis** – gage de confiance pour les visiteurs​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/ecran-accueil-mobile/#:~:text=4,518%20avis)

. La page d’accueil fait défiler quelques **témoignages récents** de clients satisfaits, avec prénom, date et commentaire : *“les prix sont imbattables”, “la livraison est rapide et soignée”, “service client très réactif”* etc., ce qui renforce la crédibilité du site​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=16%2F03%2F2025)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=13%2F02%2F2025)

.

**Panier et tunnel d’achat**

Le processus d’achat chez BYS est optimisé pour être fluide. Le **panier** est accessible en permanence (icône *Mon Panier*en header) et s’ouvre en mini-panier sans quitter la page courante. On y récapitule les articles choisis et, originalité du site, on rappelle les paliers de cadeaux offerts : un message indique par exemple *« Plus que 29,00€ avant de recevoir votre Masque Beurre de Rose »* avec une barre de progression​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=N%C3%A9e%20%C3%A0%20Melbourne%20en%202006,engag%C3%A9s%20%C3%A0%20concevoir%20des%20produits)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/garanties-livraison/#:~:text=Derniers%20articles%20ajout%C3%A9s%20%C3%97)

. Cette **gamification du panier** encourage à atteindre le palier suivant pour débloquer un cadeau supplémentaire. Au-delà de 49€ de panier, le **transfert en caisse (checkout)** souligne que la **livraison Colis** est offerte, ce qui incite à finaliser la commande​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/garanties-livraison/#:~:text=Mondial%20Relay%20,chiffre%20sur%20le%20mod%C3%A8le%209xxxxxxx)

.

Le **tunnel de commande** propose la création ou connexion à un compte (on peut aussi commander en tant qu’invité), le choix du mode de livraison et du mode de paiement. BYS propose **plusieurs moyens de paiement sécurisés** : carte bancaire, PayPal, et même une solution de paiement en plusieurs fois sans frais. En effet, on peut lire sur le site *“Achetez maintenant, payez plus tard avec Scalapay”*, un service de paiement fractionné bien adapté aux jeunes clients qui n’ont pas toujours une grande liquidité. Cette intégration de Scalapay (BNPL) est un **atout pour la tranche 13-30 ans**. Le formulaire de commande permet aussi d’entrer des **codes promo** si on en possède (BYS en diffuse lors d’opérations spéciales, par exemple un code -10% pour les abonnés newsletter, voir ci-dessous). Le site est également doté d’une **wishlist** (liste d’envies) accessible via le compte client, pour sauvegarder des produits pour plus tard​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/nos-marques/#:~:text=Mon%20compte)

. Enfin, BYS affirme être une *« Entreprise Française »*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/ecran-accueil-mobile/#:~:text=Entreprise%20Fran%C3%A7aise)

et le rappelle durant le parcours d’achat, ce qui rassure sur le support client et la législation applicable (CGV, retours sous 14 jours, etc., sont consultables facilement en pied de page).

**Contenus, conseils et communauté (blog/Youtube, réseaux sociaux)**

Plutôt qu’un blog classique, BYS mise sur des **contenus “social” et tutoriels** pour conseiller ses clients. Le site comporte une rubrique *Tests & Avis*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Image%3A%20Tests%20et%20Avis%20Maquillage)

qui agrège des **reviews Youtube** de youtubeurs/youtubeuses beauté ayant testé les produits BYS. On y trouve des vidéos de *“crash tests, tops/flops et swatchs en direct”*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=Tests%20et%20Avis)

réalisées par des influenceurs, avec en regard la liste de leurs produits préférés à shopper. Par exemple, un youtubeur prénommé Richard présente ses coups de cœur (fond de teint, highlighter, gloss…) directement achetables depuis la page​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avis-bys-maquillage-youtube/#:~:text=TESTS%20%26%20REVIEWS%20YOUTUBE)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avis-bys-maquillage-youtube/#:~:text=BYS)

. BYS remercie ces vidéastes de donner leur avis en toute sincérité et explique *“nous espérons que ces reviews vous aideront à faire votre choix sur la boutique”*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avis-bys-maquillage-youtube/#:~:text=TESTS%20%26%20REVIEWS%20YOUTUBE)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avis-bys-maquillage-youtube/#:~:text=D%C3%A9couvrez%20des%20crash%20tests%2C%20des,choix%20sur%20la%20boutique)

. Ce format interactif et authentique remplace avantageusement un blog de conseils classique pour la cible jeune, très friande de vidéos et d’avis de pairs.

Le site encourage aussi à **rejoindre la communauté** sur les réseaux sociaux avec des liens vers Facebook, Instagram, TikTok, YouTube et Pinterest en pied de page​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/ecran-accueil-mobile/#:~:text=Rejoins%20la%20communaut%C3%A9%20%21)

. BYS est très actif sur ces plateformes, partageant tutoriels, avant/après, et repostant le contenu de sa communauté (*UGC*). Un encart propose d’ailleurs de partager vos looks avec le hashtag #BYSandYou (référence au programme *“BYS & YOU”* d’égéries évoqué plus haut). Par email, la **newsletter** BYS apporte conseils et exclusivités : l’inscription à celle-ci donne droit à **-10% de réduction immédiate** sur la commande​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/ecran-accueil-mobile/#:~:text=Ne%20manquez%20plus%20aucun%20bon,plan)

. C’est un moyen d’obtenir régulièrement des astuces beauté (le blog externe *Conseils & Astuces* de BYS, actif jusque 2021, regorge d’articles tutoriels comme *“5 astuces pour un rouge à lèvres longue tenue”* ou *“Bien se maquiller en été”*). En somme, BYS anime une **communauté unisexe** de passionné(e)s de makeup, encourage l’échange de conseils et valorise les retours clients dans sa communication, créant un **esprit de partage** autour de la beauté accessible.

**Programme de fidélité et parrainage**

Fidéliser sa jeune clientèle est un point fort de BYS Cosmétique grâce à un **programme de fidélité** attractif, intégré au site sous l’onglet *« Le Club BYS »*. Ce programme gratuit fonctionne avec une monnaie interne appelée les **RUBYS**. Le principe est simple : *« 1€ dépensé = 10 Rubys »* crédités sur le compte​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/club-fidelite-bys/#:~:text=Comment%20obtenir%20mes%20RUBYS%20%3F)

. Dès l’inscription, le client reçoit **30 Rubys de bienvenue**, et s’il s’abonne à la newsletter, **50 Rubys supplémentaires**​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/club-fidelite-bys/#:~:text=RUBYS%20%20,port)

. Les points s’accumulent ainsi facilement, et sont convertibles en **bons de réduction dès 1000 Rubys** (soit 5€ de remise, seuil rapidement atteignable)​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/club-fidelite-bys/#:~:text=,hors%20frais%20de%20port)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/club-fidelite-bys/#:~:text=Vos%20RUBYS%20sont%20utilisables%20d%C3%A8s,1er%20palier%20des%201000%20RUBYS)

. Le client peut à tout moment choisir d’utiliser ses Rubys depuis son panier pour déduire une remise immédiate​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/club-fidelite-bys/#:~:text=Vos%20RUBYS%20sont%20utilisables%20d%C3%A8s,1er%20palier%20des%201000%20RUBYS)

. Le site indique sur chaque fiche produit combien de Rubys l’achat rapportera (ex: *« Ce produit vous rapporte 45 Rubys »*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/coffret-soins-nettoyant-visage-aqua-bubbles/#:~:text=En%20stock%20en%20France%20au,Pays%20Basque)

), incitant à créer un compte pour en profiter.

En parallèle, BYS propose un **parrainage** : en invitant des amis, on gagne **1000 Rubys (5€)** par filleul après sa 1ère commande, et le filleul reçoit lui-même 200 Rubys de bienvenue​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/club-fidelite-bys/#:~:text=suppl%C3%A9mentaires)

. Le site met en avant *« Parrainez des amis – recevez jusqu’à 50€ de bons d’achat »*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avantages-bys/#:~:text=PARRAINEZ%20DES%20AMIS)

, ce qui est un levier puissant de recrutement client via le bouche-à-oreille. À cela s’ajoutent les promotions spéciales accessibles aux membres du Club BYS : pré-soldes, ventes flash privées, etc., dont les annonces sont envoyées par email ou notificées sur le compte. Il n’est pas rare également que BYS diffuse des **codes promo ponctuels** (influenceurs, événements) à entrer lors du checkout pour obtenir un cadeau ou une réduction. L’ensemble de ces dispositifs de fidélisation et promos rendent l’expérience d’achat ludique et avantageuse sur le long terme, incitant la cible à revenir régulièrement sur le site.

**Identité visuelle**

*Bannière de la marque BYS mettant en scène ses produits phares sur un fond coloré. Le logo minimaliste noir « BYS » tranche avec les teintes pastel des visuels produits, reflétant une identité moderne et accessible.*

**Charte graphique et couleurs dominantes**

L’**identité visuelle** du site BYS Cosmétique est jeune, dynamique et colorée, en accord avec l’esprit *“Sea, Surf & Sun”*revendiqué par la marque​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=N%C3%A9e%20%C3%A0%20Melbourne%20en%202006,Fond%20de%20teint%2C%C2%A0%2030%20palette)

. La charte graphique mêle des tonalités **pastel et pop** : on retrouve par exemple des fonds unis aux couleurs douces (pêche, rose, turquoise) derrière les visuels produits, et des touches plus vives pour attirer l’œil sur les promotions (boutons ou stickers *-70%* souvent en rouge ou orange). Le design général du site reste épuré sur fond blanc pour favoriser la lisibilité, avec le **logo BYS noir** bien visible (un logo simple, en typographie stylisée, qui reste neutre et **unisexe**). Le choix de couleurs évoque la **bonne humeur et l’été** – un exemple étant la bannière ci-dessus aux tons corail et jaune sable, illustrant l’ambiance solaire que BYS souhaite insuffler à la routine beauté de ses clients. Cette utilisation de couleurs gaies, sans être trop féminine ni trop masculine, contribue à cibler un public large de 13 à 30 ans.

**Typographie et ton éditorial**

La typographie utilisée sur le site est **moderne et sans-serif**, garantissant une apparence claire et contemporaine. Les titres sont en gras avec une police simple (souvent en majuscules, comme le logo BYS lui-même), tandis que le texte courant est dans une fonte légère favorisant le confort de lecture sur écran. Le **ton éditorial** de BYS est chaleureux, enthousiaste et inclusif. La marque tutoie parfois le lecteur ou l’appelle *“beauty addict”*, et n’hésite pas à parsemer ses textes d’exclamations positives. Par exemple : *« Beauty addicts, bienvenue chez BYS, le site de maquillage pas cher qui vous permet d'exprimer librement votre personnalité… »*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=vous%20%C3%AAtes%20%C3%A0%20la%20recherche,Be%20YourSelf%20%26%20Share%20Your)

. Le slogan final *“Be YourSelf & Share Your Beauty with BYS!”*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=vous%20%C3%AAtes%20%C3%A0%20la%20recherche,Your%20Beauty%20with%20BYS)

résume bien l’esprit : encourager chacun à être soi-même et à partager sa vision de la beauté. Ce ton **motivationnel et bienveillant** parle autant aux adolescents en quête de leur style qu’aux jeunes adultes assumant leur individualité. À noter que BYS communique indifféremment auprès des filles et des garçons (la présence de figures masculines dans les influenceurs mis en avant le démontre), sans stéréotype de genre dans le langage employé. Tout est pensé pour **dédramatiser le maquillage** et le rendre ludique : cela passe aussi par quelques émojis dans les textes (un ❤️ dans *“BYS & YOU : des bons plans rien que pour vous ❤️”*​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avantages-bys/#:~:text=,RIEN%20QUE%20POUR%20VOUS%20%E2%9D%A4%EF%B8%8F)

, un 🎁 pour symboliser le cadeau newsletter​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/ecran-accueil-mobile/#:~:text=)

) ou des anglicismes tendance (*“Trending now”*, *“Je deviens égérie”*). Ces choix de ton contribuent à créer une **complicité** avec la communauté.

**Visuels et ambiance générale du site**

L’ambiance visuelle du site est très **axée sur le produit** tout en restant inspirante. De nombreuses **photos haute qualité**présentent les produits en situation : par exemple des palettes et rouges à lèvres disposés artistiquement en flatlay sur des fonds colorés, ou des modèles (féminins et masculins) arborant les maquillages pour montrer le rendu. Les visuels promotionnels et bannières adoptent un style **festif et accrocheur** : on y voit souvent des éclats de couleur, des mises en scène créatives (poudre explosée en arrière-plan, illustrations ludiques) et des slogans courts. L’ensemble crée une atmosphère **fun, décomplexée et positive**. Le thème de la plage et du surf évoqué est parfois suggéré par de subtiles références (couleurs azur, termes comme *“Aqua”* dans les gammes de soins). Mais globalement, BYS privilégie une esthétique universelle : **fraîche, lumineuse et tendance**, sans codes culturels trop marqués, afin de plaire au plus grand nombre.

En parcourant le site, l’utilisateur a donc une impression de **cohérence visuelle** : entre la charte colorielle harmonieuse, la simplicité du design et la mise en avant souriante des produits, BYS Cosmétique offre un univers de marque reconnaissable. Cette identité visuelle sert son positionnement low-cost qualitatif – on ressent une image de marque sérieuse sur la qualité (structure propre, infos claires) mais aussi joyeuse et **branchée “communauté”**, ce qui correspond aux attentes d’une cible 13-30 ans unisexe en quête de bons plans beauté et d’inspiration pour affirmer son style.

**Sources :** Interface et contenus du site officiel BYS Maquillage (bysmaquillage.fr)​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=N%C3%A9e%20%C3%A0%20Melbourne%20en%202006,Fond%20de%20teint%2C%C2%A0%2030%20palette)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/#:~:text=peaux%20sensibles%2C%20notre%20s%C3%A9lection%20de%C2%A0maquillage,Be%20YourSelf%20%26%20Share%20Your)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avantages-bys/#:~:text=RECEVEZ%20DES%20SURPRISES)

​

[bysmaquillage.fr](https://www.bysmaquillage.fr/avis-bys-maquillage-youtube/#:~:text=D%C3%A9couvrez%20des%20crash%20tests%2C%20des,choix%20sur%20la%20boutique)

et pages associées. Toutes les informations et citations sont directement tirées du site BYS (descriptions “À propos”, pages d’aide, fiches produits, avis clients, etc.), afin de garantir la fidélité du benchmark à l’exemple analysé.

JOLI

**🔍 Analyse du produit – Marque Joli**

**✅ Bénéfices clés du produit/service**

* **Beauté pour tous**, à petits prix, sans compromis sur la qualité.
* **Maquillage tendance et accessible**, dès 1€.
* Produits **unisexe**, pensés pour tous les styles, toutes les peaux, toutes les identités.
* Formules **non testées sur les animaux**, clean et respectueuses de la peau.
* **Livraison rapide**, packaging soigné, et petits cadeaux offerts dès un certain montant.
* Une expérience simple, fluide, sans chichis — juste du *joli*.

**⚙️ Caractéristiques techniques/fonctionnelles**

* Produits testés dermatologiquement.
* Gammes pour le teint, les yeux, les lèvres, les ongles + accessoires.
* Formats compacts, ludiques, adaptés à une vie mobile et urbaine.
* Prix transparents, sans fausses promos.
* Paiement en plusieurs fois disponible.
* Expérience client intuitive : wishlist (favori), suivi facile, commande rapide.

**🏆 Avantages concurrentiels**

* **Nom ultra-mémorable et français** : "Joli", simple, clair, universel.
* **Ciblage précis : jeunes 13-30 ans, unisexe**, inclusif sans en faire trop.
* **Identité épurée, joyeuse et actuelle**.
* **Pas juste un site de beauté : une vibe, une communauté**.
* Mises en avant régulières de créateurs de contenus, looks clients, etc.
* Éthique claire : cruelty-free, sans greenwashing.

**🧬 Présentation de la marque Joli**

**🕰️ Histoire & engagements**

Joli est né d’un constat simple : **la beauté ne devrait jamais coûter trop cher**.  
Nous avons créé une marque française qui combine **style, accessibilité, et éthique**, sans compromis.

🎯 Notre engagement :

* Des produits **bons pour vous et votre peau**, à prix doux.
* Une **production responsable**, non testée sur les animaux.
* Une **logistique rapide**, gérée en France.
* Une **démarche claire** : pas de fausses promesses, pas de blabla marketing.

**🌟 Valeurs, vision, mission**

**Valeurs :** accessibilité, liberté, bienveillance, authenticité.  
**Vision :** redonner confiance en soi à travers la beauté, sans se ruiner.  
**Mission :** rendre le maquillage simple, fun, stylé, et **vraiment pour tout le monde**.

Chez **Joli**, on pense que le maquillage est un outil de liberté, d’expression, de jeu — jamais une obligation.

**📣 Stratégie de communication – Joli**

**🔗 Canaux à exploiter :**

* **Instagram & TikTok** : looks clients, mini tutos, réactions à la gamme.
* **Site web clair et mobile-friendly** : gammes visibles, fiches simples, boutons d’action rapides.
* **Newsletter “Joli Club”** : bons plans, nouveautés, avant-premières.
* **Ambassadeurs & influenceurs** micro ciblés\*\* : collabs naturelles, spontanées.
* **UGC** (contenu client) avec hashtag type **#CestJoli**

**🗣️ Ton & storytelling :**

* Ton **positif, bienveillant, complice**.
* Langage naturel : “On vous a trouvé une pépite à 2€” ; “C’est joli, et c’est tout.”
* Storytelling autour de la vie réelle : des petits budgets, des grands effets.
* Positionnement inclusif mais fluide : **tout le monde peut être Joli**.

**📊 2. Benchmark – Marque Joli (cosmétique low-cost)**

**🔎 Analyse du marché & tendances sectorielles**

Le marché de la cosmétique est :

* **ultra concurrentiel**, dominé par de grandes marques (luxe, pharmacie, grande distrib).
* **en pleine mutation**, porté par :
  + 🌱 la montée des produits *clean*, *vegan*, *cruelty-free*.
  + 📱 l'influence massive des **réseaux sociaux** et du contenu UGC (tutos, haul, crash test).
  + 💸 un besoin croissant de **prix accessibles**, surtout chez les jeunes face à l’inflation.
  + ⚧️ une **ouverture à la diversité** des genres et des identités.

💡 Le maquillage n’est plus juste un outil de séduction : il est devenu un **moyen d’expression, de bien-être, de créativité**.

**🧱 Acteurs principaux du low-cost beauté**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Marque** | **Positionnement** | **Forces** | **Faiblesses** |
| **BYS** | Ultra low-cost, jeune, fun | Prix, choix immense, site dynamique | Saturé, charte visuelle un peu chargée |
| **Action** | Prix imbattables, produits variés | Distribution large, notoriété | Pas spécialisé beauté, qualité inégale |
| **Sheglam (Shein)** | Cosmétique tendance en ligne | Design tendance, prix minis, viralité | Manque de transparence, livraison lente |
| **Normal** | Beauté & hygiène discount | Marques connues à petit prix | Pas de marque propre, peu différencié |
| **Folie**  **Cosmétique** | Multi-marques à prix cassés | Bon rapport qualité-prix, gammes étendues | Peu de branding, site peu moderne |
| **BELL/Wibo** | Made in Pologne, dupe qualitatifs | Petits prix, qualité pigmentée | Moins connus en France, dépend de revendeurs |

**🎯 Analyse des positionnements**

* **Prix** :
  + BYS, Shein, Action = produits dès 1€.
  + Folie Cosmétiques = entre 2 et 10€.
  + Sheglam propose un rapport qualité/présentation très fort pour le prix.
  + **Joli** se positionne aussi dans cette fourchette **ultra-accessible** (1 à 8€) avec un branding plus **épuré et moderne**.
* **Style** :
  + BYS : ambiance solaire, fun, très "ados".
  + Sheglam : très digital, orienté *TikTok*, packaging soigné.
  + Action : aucun branding propre, très basique.
  + **Joli** : nom simple, esthétique minimaliste, ton doux & stylé → **un low-cost chic**.
* **Cible** :
  + Tous visent les **jeunes (15-30 ans)**, principalement féminins.
  + Peu de vraies marques **unisexe** assumées (Shein tend vers le neutre sans le revendiquer).
  + **Joli** assume **l’unisexe 13-30 ans**, un vrai **plus différenciant**.
* **Fonctionnalités web** :
  + BYS = site complet, responsive, programme fidélité, wishlist.
  + Shein = app mobile fluide, retargeting agressif.
  + Folie Cosmétiques = site fonctionnel mais vieillissant.
  + **Joli** doit se démarquer par un site épuré, mobile-friendly, simple, intuitif.

**🎯 Clarté des objectifs – Marque Joli**

**🧑‍🎤 Cible principale & persona**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Persona** | **Âge** | **Profil** | **Besoins** |
| **Inès, 16 ans** | 16 | Lycéenne curieuse, fan de TikTok | Trouver du maquillage tendance & pas cher |
| **Axel, 20 ans** | 20 | Étudiant, non genré, aime exprimer sa créativité | Produits make-up unisexe & assumés |
| **Sofia, 27 ans** | 27 | Jeune pro, budget serré mais stylée | Routine beauté simple, efficace & stylée |

💡 Ces profils veulent **s’amuser avec la beauté sans se ruiner**, sans se sentir jugés.

**💼 Objectifs commerciaux**

* 🎯 **Vente 100% en ligne** via site e-commerce.
* 🚀 **Construire une notoriété forte**, avec une image simple, positive, authentique.
* 🎁 Objectif à court terme : **transformer rapidement le trafic en commandes** grâce à :
  + Cadeaux offerts
  + Livraison rapide
  + Promos premières commandes / abonnements
  + UGC partagé pour créer un effet communauté

**🖋️ Angle éditorial conseillé pour Joli**

|  |  |
| --- | --- |
| **Angle** | **Détail** |
| **Proximité** | On tutoie, on parle comme un·e pote, on rassure, on conseille. |
| **Léger & fun** | Textes courts, clins d’œil, émojis, mais pas bébé. |
| **Accessible & bienveillant** | Pas de perfection, pas de stéréotypes, juste “être soi”. |
| **Éthique sans prise de tête** | Vegan, cruelty-free, mais sans culpabilisation ou greenwashing. |

Article –> Blog

Page pour les créations de page

Extension : Elementor, Yoast, Sewpress, Woocommerce, Woolentor