



RENTREZ BIEN

Domaine des services de transport.

Application et service de transports pour les femmes, par les femmes.



Plan de présentation

**Éthique de
l'entreprise**

Clémence Verger
VERC16559709

Éthique du personnel

Emmanuelle Rivest
RIVE65550009

**Éthique et aspect
cognitif**

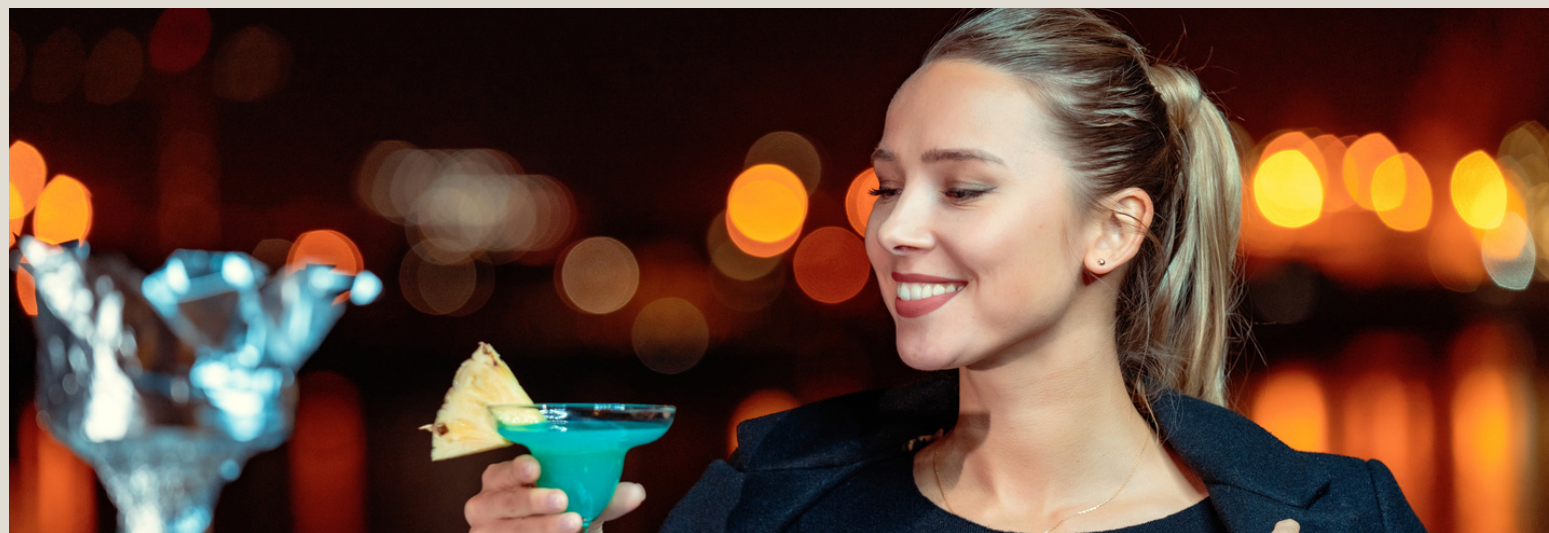
Marilou Théberge
THEM29609607

Publicité imprimée

Éliane Pilote
PILE13589902

Le service

Pour les clientes



Se faire raccompagner chez elles
en sécurité et se faire conduire
dans leur quotidien.

Pour les conductrices



Avoir la possibilité de travailler,
de manière sûre, avec sa propre
voiture.

Répond à deux besoins



Sécurité

Toutes les intervenantes, les clientes et les conductrices



Confiance

Solidarité entre femmes, comme une mère, une soeur, une amie.

« Un service créé par des femmes, pour les femmes. »

La sororité et la diversité



Exclusion

Au moindre comportement déplacé/violent/agressif, la conductrice et/ou la cliente se verront expulsées.



S'assurer la sécurité

Attendre que la cliente envoie un message pour partir et assurer la sécurité de la conductrice.



Discrétion

Pas de logo affiché de manière ostentatoire sur les voitures, uniquement les voitures personnelles des conductrices.

Pour assurer la sécurité des clientes et des conductrices

Engagement dans la communauté



Participer aux actions des associations pour femmes

Organiser des événements en soutien aux femmes (ou partenariat)

Distribution de brochures des associations partenaires



Des femmes qui se soutiennent

1% de chaque course ira à une
organisation/association pour femmes



Programme de fidélisation

Accumulation de points à chaque course pour obtenir des rabais et des produits d'entreprises locales créées par des femmes.



« *Rentrez Bien*, ce n'est pas
une opportunité sur le
marché, mais une manière de
lier les femmes entres elles »

Discrimination positive

Toutes les personnes qui se sentent femmes.



Le personnel

Chartes et codes éthiques

Valeurs communes

Flexibilité et compréhension

Aide aux femmes immigrantes



Chartes et codes éthiques

**Lignes directrices
lutant contre :**

Agressions et
harcèlement

Congédiements non-
motivés

Climat toxique

Chartes et codes éthiques

01

Pour chacune des employées

Peu importe le niveau dans la
hiérarchie

Confiance entre les employées

02

Entre employées et clientes

Pour protéger les relations
employées et clientes

Confiance entre employées et
clientes

« Une compagnie
bienveillante, basée sur
l'altruisme. Nos conductrices
reflètent ces valeurs. »

Bénéfices de nos employées



Flexibilité

Les conductrices choisissent leurs disponibilités.



Uniques et individuelles

Chaque employée est reconnue à sa juste valeur, souci de compréhension de sa réalité propre



Valoriser les femmes immigrantes

On s'engage à embaucher des femmes immigrantes afin de leur permettre une autonomie financière et un meilleur futur.



« Notre approche marketing passe d'abord par la compréhension des besoins des femmes. »



Identité de marque

Sécurité

Bienveillance

Sororité

Enjeux éthiques

La perception et la mémorisation

L' influence du mouvement #MeToo

La confiance par nos actions

La question du libre arbitre

Les images subliminales et l'impact

La compréhension de toutes les femmes

Aspect cognitif



Programme « Votre voix »

Proposer aux consommatrices un « safe space » pour s'exprimer et proposer des idées

Permettre à notre service de mieux comprendre les besoins tout en travaillant à son amélioration.



Volet sensoriel de la stratégie

01 Olfactif

Diffusion d'odeurs apaisantes comme des huiles essentielles ayant des propriétés relaxantes, surtout pour favoriser un climat de sécurité.

02 Auditif

Aucune musique ou trame sonore pouvant être dégradantes envers les femmes, aucune référence misogyne ou discriminatoire.

03 Visuel

Rappel visuel subtil sur les voitures et exempt de tout stéréotype de genre pour miser sur la vision inclusive de l'entreprise.

Aspect cognitif



Choix

Proposer l'option d'engager une conversation ou simplement de rentrer chez soi sans interaction



Produits complémentaires

Proposer des produits d'hygiène féminine gratuits pour compléter l'offre, par exemple



Ressources

Mettre à disposition des dépliants de ressources spécifiquement dédiées aux femmes

L'expérience *Rentrez Bien*

Favoriser une expérience à valeur ajoutée qui reprend les piliers de notre identité de marque

Identité de marque

Tu veux rentrer chez toi
sans te stresser & en
toute sécurité? Appelle-
nous!

RENTREZ BIEN

*DISPONIBLE POUR LES
FEMMES, OFFERT PAR DES
FEMMES*





DÉPLACEZ-VOUS EN TOUTE
SÉCURITÉ AVEC

RENTREZ BIEN

UN SERVICE CRÉÉ PAR DES FEMMES
POUR LES FEMMES

A close-up, profile view of a woman with long dark hair and light-colored eyes, looking out of a car window. The background is blurred, showing the interior of the car and some outdoor elements. The text is overlaid on the left side of the image.

BIEN RENTRÉE

UN SERVICE CRÉÉ PAR DES
FEMMES POUR LES FEMMES



La première étape est de lancer une campagne sur les plateformes Facebook et Instagram



Communication sur les réseaux sociaux

Engagement à respecter les codes et chartes régissant les standards de la communauté (Facebook et Instagram)

Positionnement de nos messages en fonction de notre ADN de marque et de nos audiences

Modération des commentaires à caractère discriminatoire ou pouvant porter atteinte à notre communauté

L'application des codes

La notion de majorité

Toutes les communications visant le recrutement s'adresseront aux personnes âgées de plus de 18 ans pour respecter les lois en vigueur concernant les permis de conduite.

Les considérations spéciales relatives aux adolescentes

Le projet veut étendre son service aux adolescentes, il sera donc nécessaire d'obtenir un consentement parental pour les personnes âgées entre 13 et 15 ans, si les informations demandées par l'application vont au-delà des coordonnées.

L'exactitude de la représentation

Nous nous engageons à présenter nos outils publicitaires de manière à ne pas induire les consommatrices en erreur notamment en ce qui concerne le service que nous offrons. L'impression générale de nos publicités sera fidèle à notre identité de marque et notre service en tant que tel.

Idées pour le futur

Se développer ailleurs dans d'autres grandes villes au Canada et éventuellement à l'international (le besoin est là partout).

S'impliquer encore plus dans diverses causes sociales (ex. environnementaux : voitures électriques).

Bonifier notre offre (plus de services) ex. pour les animaux, covoiturage.

S'ouvrir plus à la communauté LGBTQIA2+



Listes des rencontres zoom

* * Nous communiquons quotidiennement sur le travail par messages. * *

29 mars de 13h à 14h

Introduction de la présentation – Éliane Pilote

1er avril de 8h à 9h30

Éthique de l'entreprise – Clémence Verger

3 avril de 19h30 à 21h30

Éthique du personnel – Emmanuelle Rivest

4 avril de 13h30 à 14h

Aspect cognitif – Marilou Théberge

Publicité et codes – Éliane pilote

Visuel de la présentation – toute l'équipe