

Portfolio

Martin Vandendriessche

Design Product / 2026



Martin Vandendriessche

Product Designer avec 12 ans d'expérience, j'interviens sur des produits variés : SaaS, logiciels métier, apps mobile, produits industriels, en startup comme en grands comptes.

À l'aise aussi bien en discovery qu'en delivery, je place au centre de chaque projet les enjeux **utilisateurs, business et techniques** pour transformer des problèmes complexes en **expériences claires et efficaces**.

Ingénieur de formation, je couvre l'ensemble du cycle produit : **de la direction artistique à la livraison**.

<https://martinvandendriessche.fr/>

Disponible immédiatement

marvdd@gmail.com 06 50 06 70 84



Melomind

Entreprise : myBrain Technologies

Type de produit : App Mobile B2C, pour objet connecté

Mon rôle : Designer produit interne (Head of Product)

Année : 2017 - 2019

Contexte : Startup deep tech (neuroscience + hardware EEG)



OBSERVEUR
DU DESIGN

ÉTOILE
2019

Contexte

Melomind combine un casque EEG et une application mobile de neurofeedback pour apprendre à réguler son stress via un entraînement cérébral.

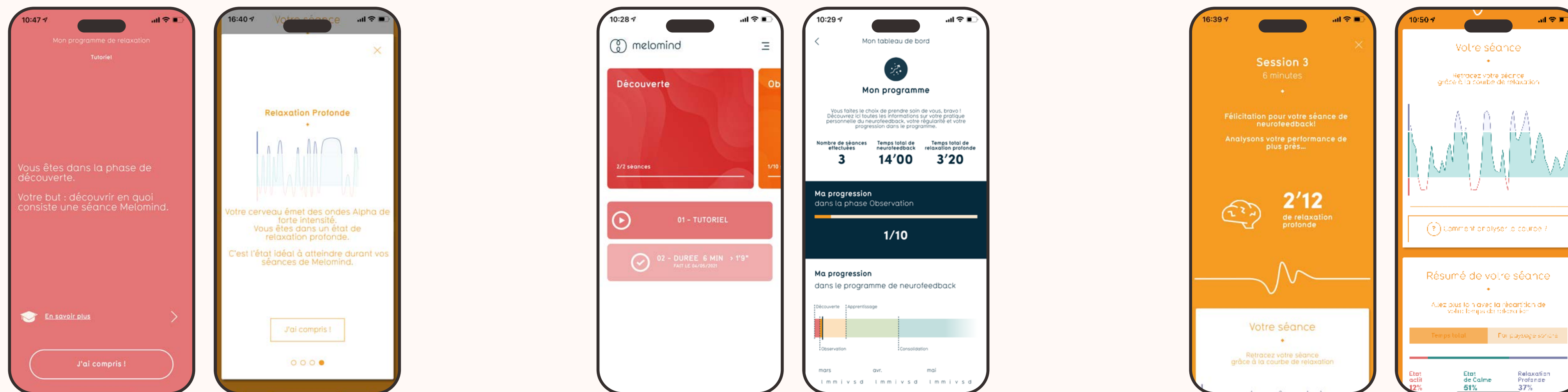
Le défi principal résidait dans l'adoption de la solution. La pratique du neurofeedback est peu connue, peu gratifiante à court terme et la mise en place du dispositif introduit une friction forte dès la première utilisation.

Le problème était donc : comment rendre accessible et engageante une pratique neuroscientifique complexe, tout en garantissant une utilisation régulière dans le temps ?



Parti pris de conception

Trois décisions ont structuré l'ensemble du produit.



Traiter l'onboarding comme la phase **la plus critique du produit**. Un utilisateur qui échoue à installer le casque ou à comprendre le neurofeedback lors de sa première session ne revient pas.

Les premières séances instaurent le principe de neurofeedback de manière progressive.

Structurer l'expérience comme **un programme d'entraînement progressif** plutôt qu'un accès libre aux séances.

L'objectif : guider l'utilisateur étape par étape, réduire l'indécision face à une pratique inconnue, et installer une routine.

Capitaliser sur des modèles mentaux existants pour réduire la barrière d'entrée. Plutôt que d'inventer une nouvelle grammaire d'interaction, j'ai adapté des patterns déjà adoptés par le marché à une technologie plus complexe.



Direction artistique

Chaque décision visuelle de Melomind répond à un objectif produit : accompagner l'utilisateur dans un apprentissage progressif de la relaxation.

La typographie arrondie et la légèreté globale de l'interface invitent au calme dès la première interaction. Le blanc dominant ancre le produit dans l'univers healthtech.

Le système de couleurs suit la progression de l'utilisateur : du rouge au bleu-vert, les niveaux de difficulté sont codifiés chromatiquement pour rendre perceptible un apprentissage qui, par nature, reste invisible.

Cette même logique de progression structure les univers sonores. Les premières séances plongent l'utilisateur dans des environnements naturels apaisants pour s'approcher de milieux urbains au fur et à mesure de la progression.

FOCUS

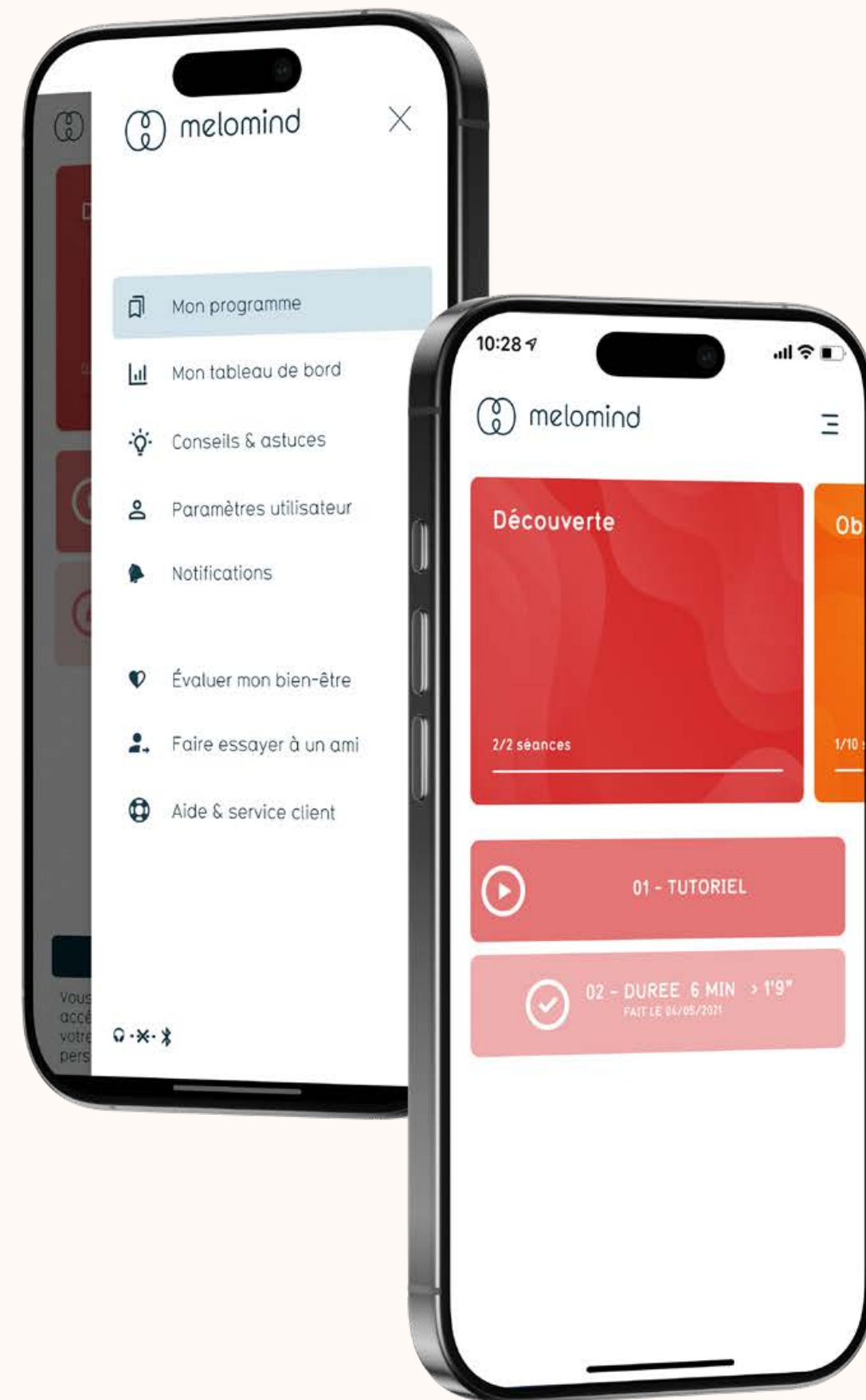
Rendre visible l'invisible



L'un des défis centraux du produit était de transformer des données EEG brutes en **indicateurs compréhensibles et motivants**.

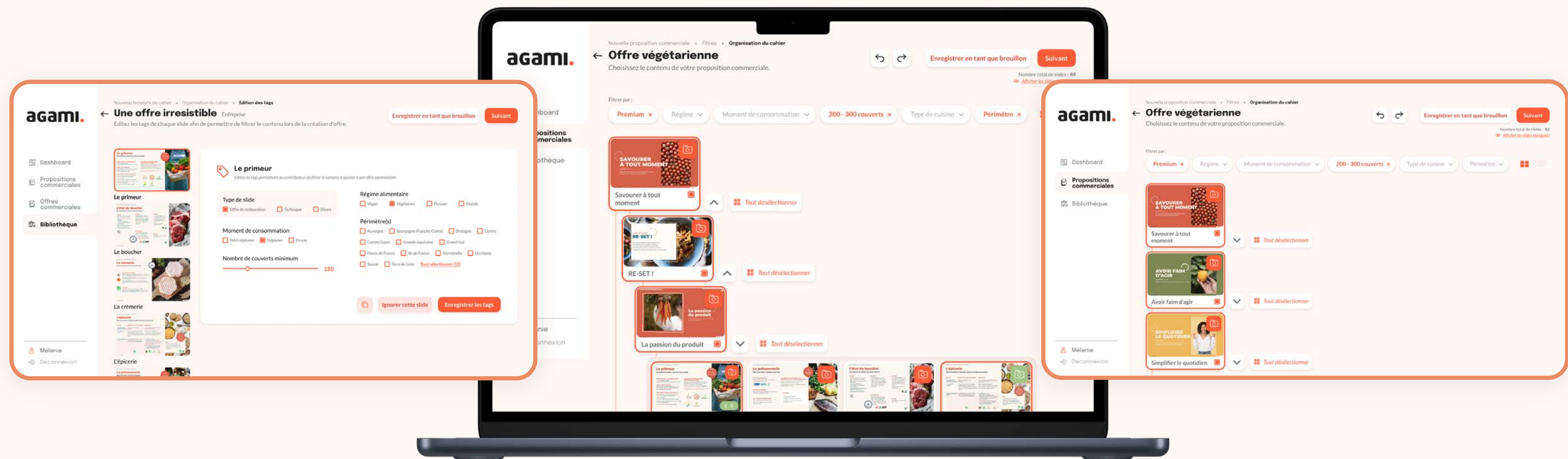
Avec l'équipe scientifique, nous avons travaillé sur la sélection des métriques pertinentes, leur simplification en signaux lisibles, et leur hiérarchisation pour éviter la surcharge cognitive.

Moins de données, mais mieux interprétées.



Résultats

- Validation clinique avec une amélioration de **28%** de la perception du stress.
- **Reconnaissance internationale** : CES Innovation Award, Étoile du design, Janus de la santé.
- Note de 9/10 sur Clubic après plusieurs jours de test : "une expérience maîtrisée de bout en bout."



AGAMI

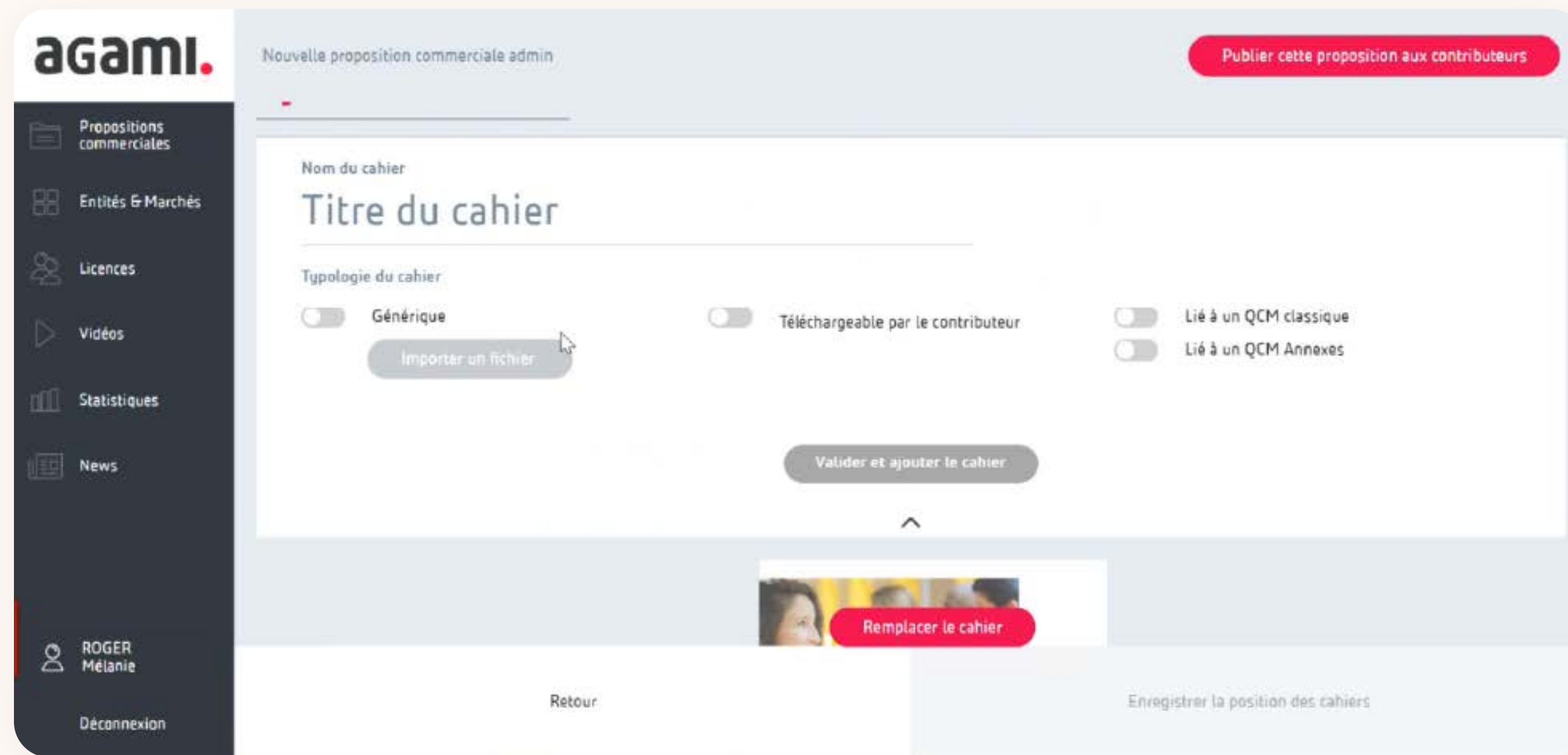
Entreprise : Elior

Type de produit : Logiciel métier interne

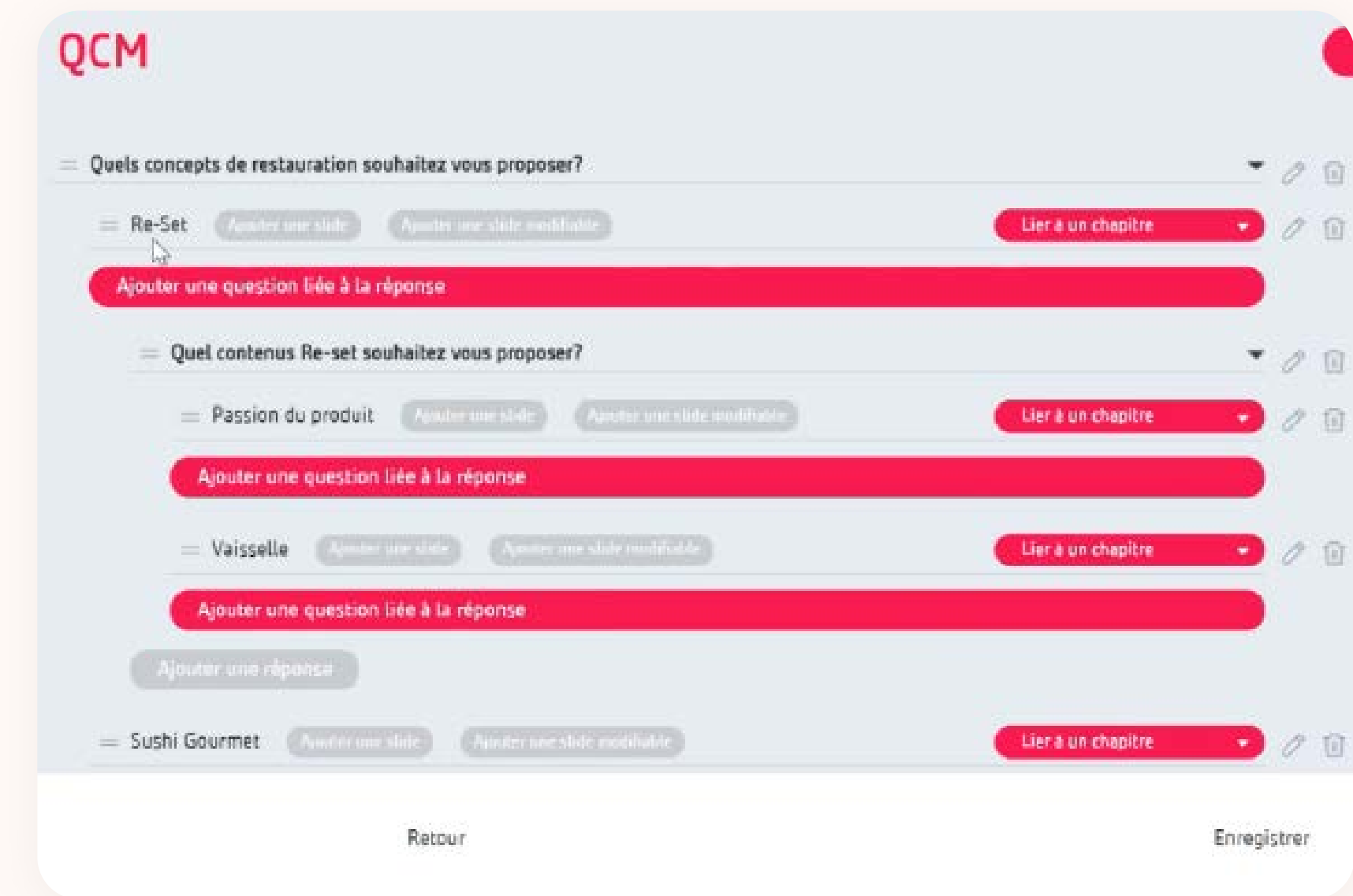
Mon rôle : Designer produit freelance

Année : 2024-2025

Contexte : outil de création d'offres commerciales (3000+ utilisateurs)



Interface du logiciel avant la refonte. Le contenu des offres n'était pas présent au sein de l'interface, il fallait le charger depuis le disque dur à chaque nouvelle utilisation, demandant un effort de mémorisation et une grande connaissance de la part de l'utilisateur.



Le QCM : étape critique de l'ancienne version, qui consistait à créer l'arborescence de l'offre en répondant à des questions en uploadant le contenu souhaité.

Contexte

AGAMI est l'outil qu'Elior utilise à l'échelle européenne pour construire ses offres de restauration sur-mesure. Conçu de façon incrémentale sur plusieurs années, il était devenu un empilement de fonctionnalités sans cohérence : parcours longs, logique fragmentée, forte dépendance à l'expérience des utilisateurs.

Un outil subi, pas maîtrisé.

PROBLÈME

Les équipes commerciales passaient un temps excessif à créer chaque offre, contraintes par une interface rigide qui leur imposait de mémoriser l'outil plutôt que de s'en servir. Quatre profils d'utilisateurs distincts, aucun parcours pensé pour eux.

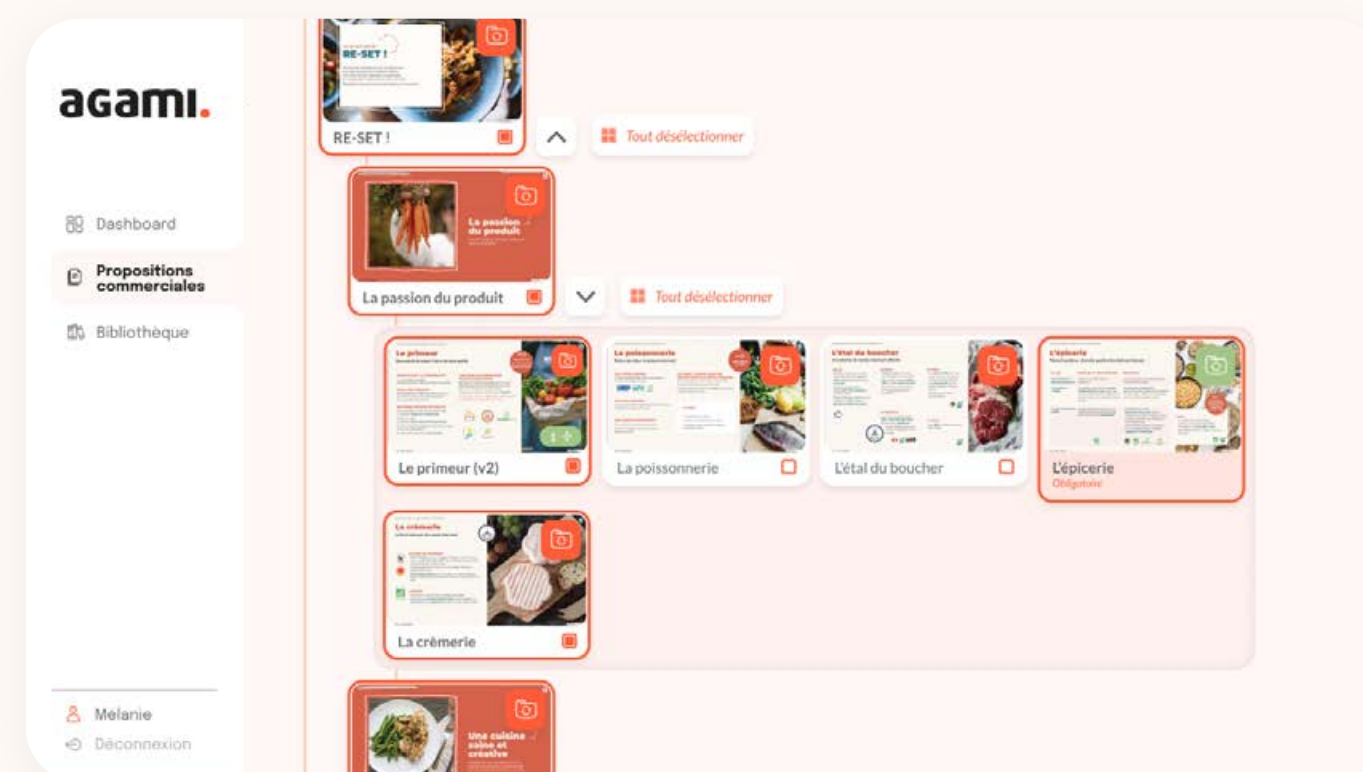
Parti pris de conception

Plutôt que d'optimiser l'existant, j'ai fait le choix de restructurer entièrement les parcours en repartant des usages réels. Trois décisions ont structuré le projet.

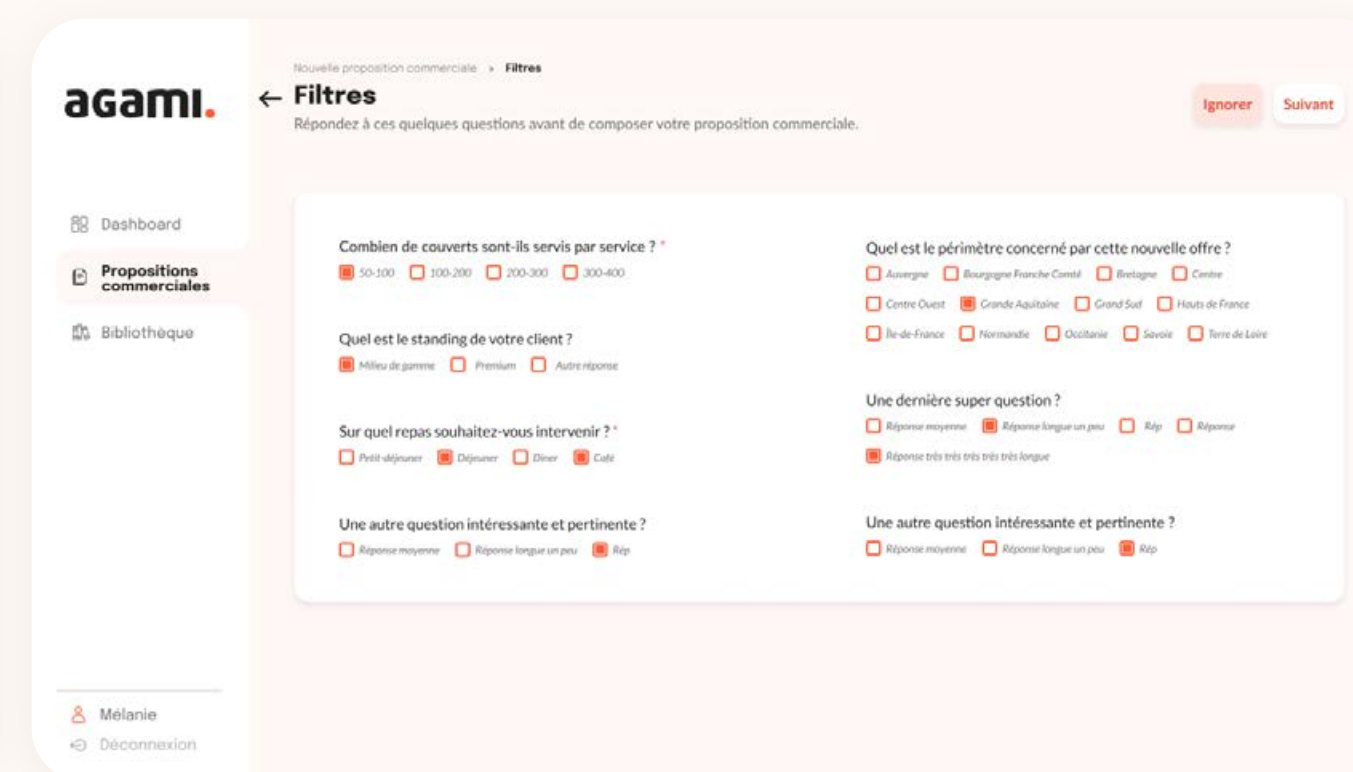
Passer de la mémoire à la reconnaissance :
introduction d'une sélection basée sur des visuels, hiérarchisation claire de l'information, interactions directes avec prévisualisation du contenu.

Remplacer la logique de QCM rigide par un système de filtrage dynamique par tags : moins d'actions, plus de flexibilité, meilleure pertinence des résultats.

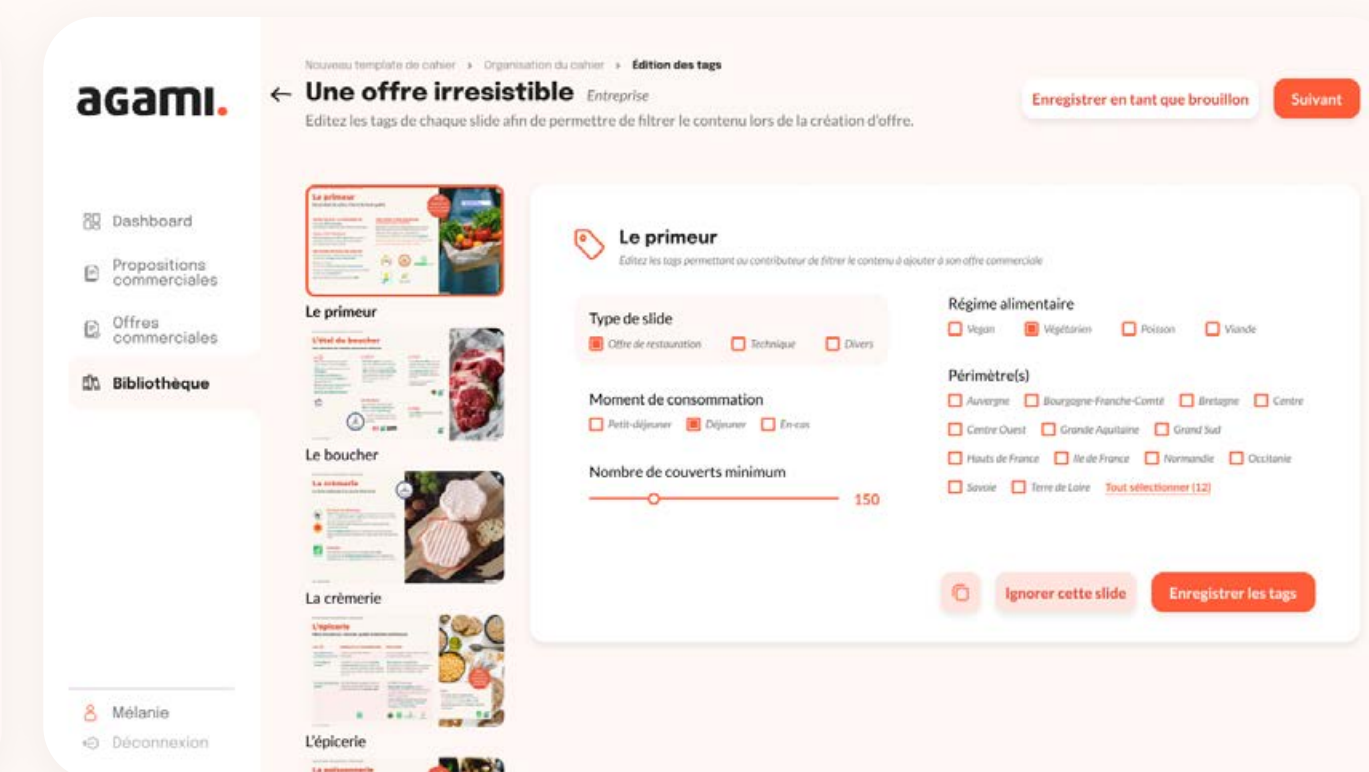
Séparer clairement les responsabilités par profil :
chaque utilisateur ne voit que ce qui lui est utile, avec des parcours distincts mais cohérents entre contributeurs, admins et clients finaux.



Écran de construction de la proposition commerciale. Ici, l'utilisateur clique sur la miniature de l'offre de restauration qu'il souhaite ajouter à sa proposition.



J'ai suggéré de garder l'étape de QCM pour faciliter l'intégration du logiciel au sein de l'équipe, mais en modifiant son objectif. Ici l'utilisateur répond à des questions, qui vont servir de filtre pour adapter le contenu correspondant au client cible.

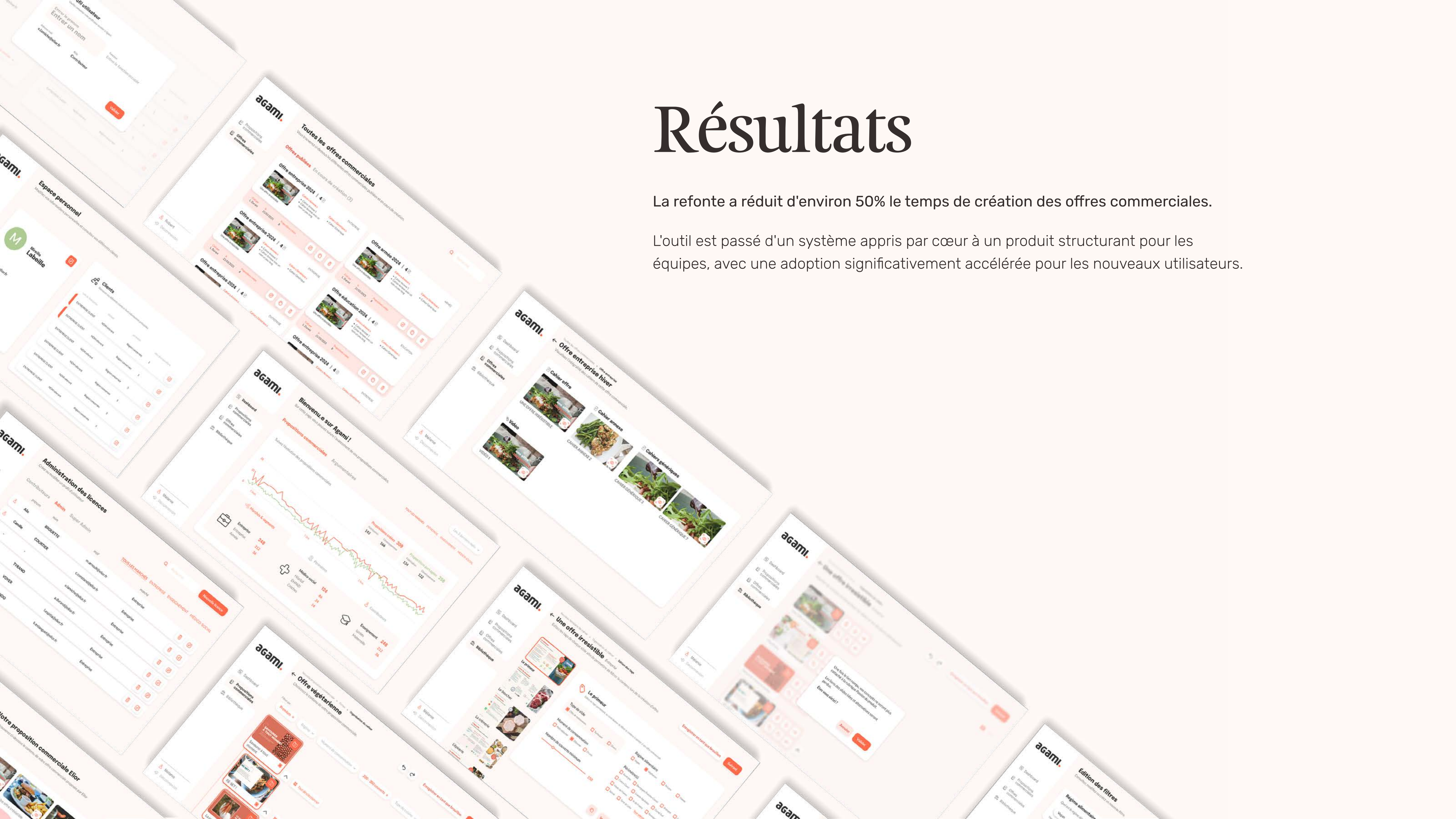


Les administrateurs intègrent le nouveau contenu. Chaque slide est taggée (nombre de couverts max, moment de consommation, régime...) pour pouvoir ensuite appliquer les filtres dynamiques.

Résultats

La refonte a réduit d'environ 50% le temps de création des offres commerciales.

L'outil est passé d'un système appris par cœur à un produit structurant pour les équipes, avec une adoption significativement accélérée pour les nouveaux utilisateurs.



Trait Singulier

Entreprise : Trait Singulier

Périmètre : Identité visuelle, webdesign & intégration Webflow

Mon rôle : Directeur artistique & designer freelance

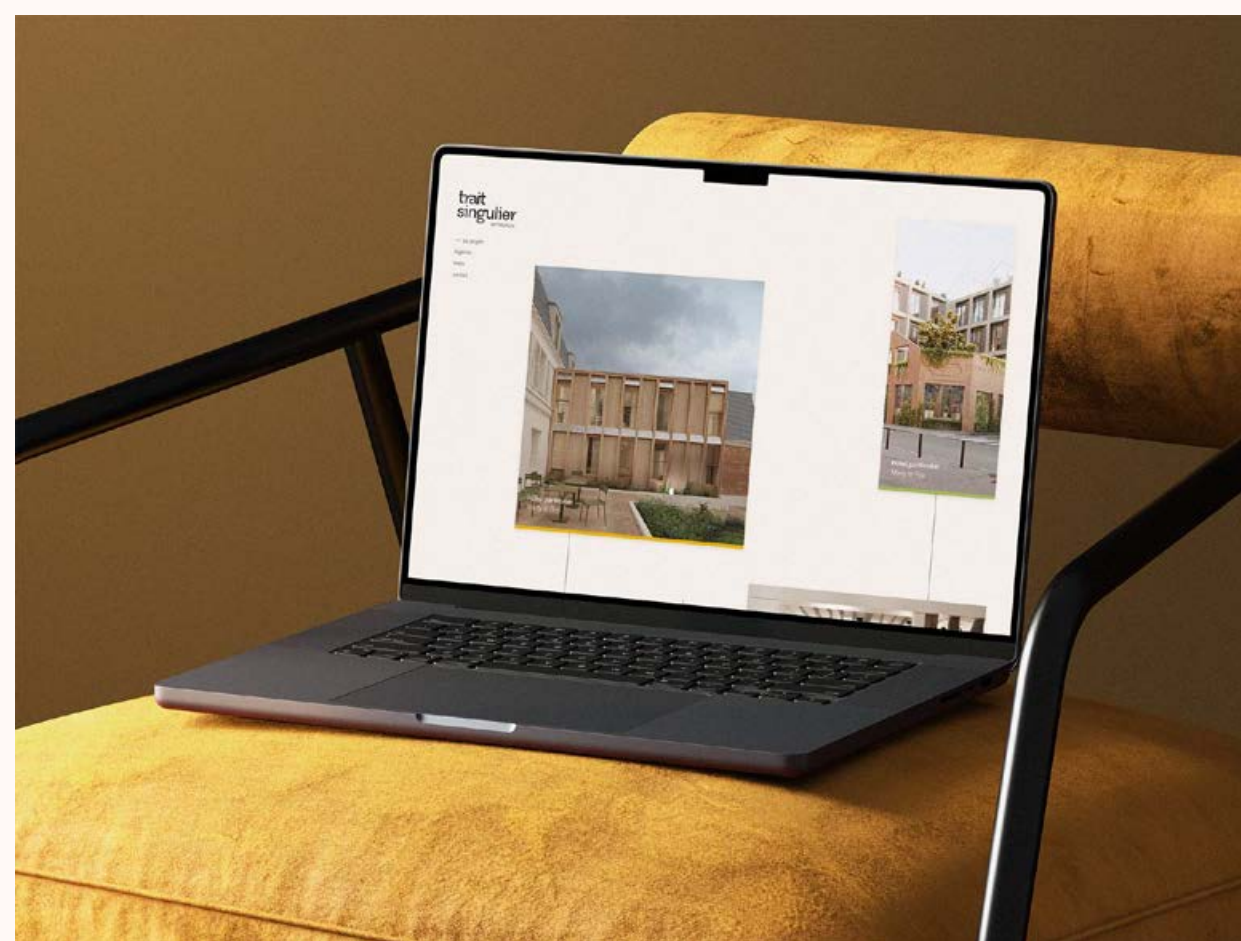
Année : 2025

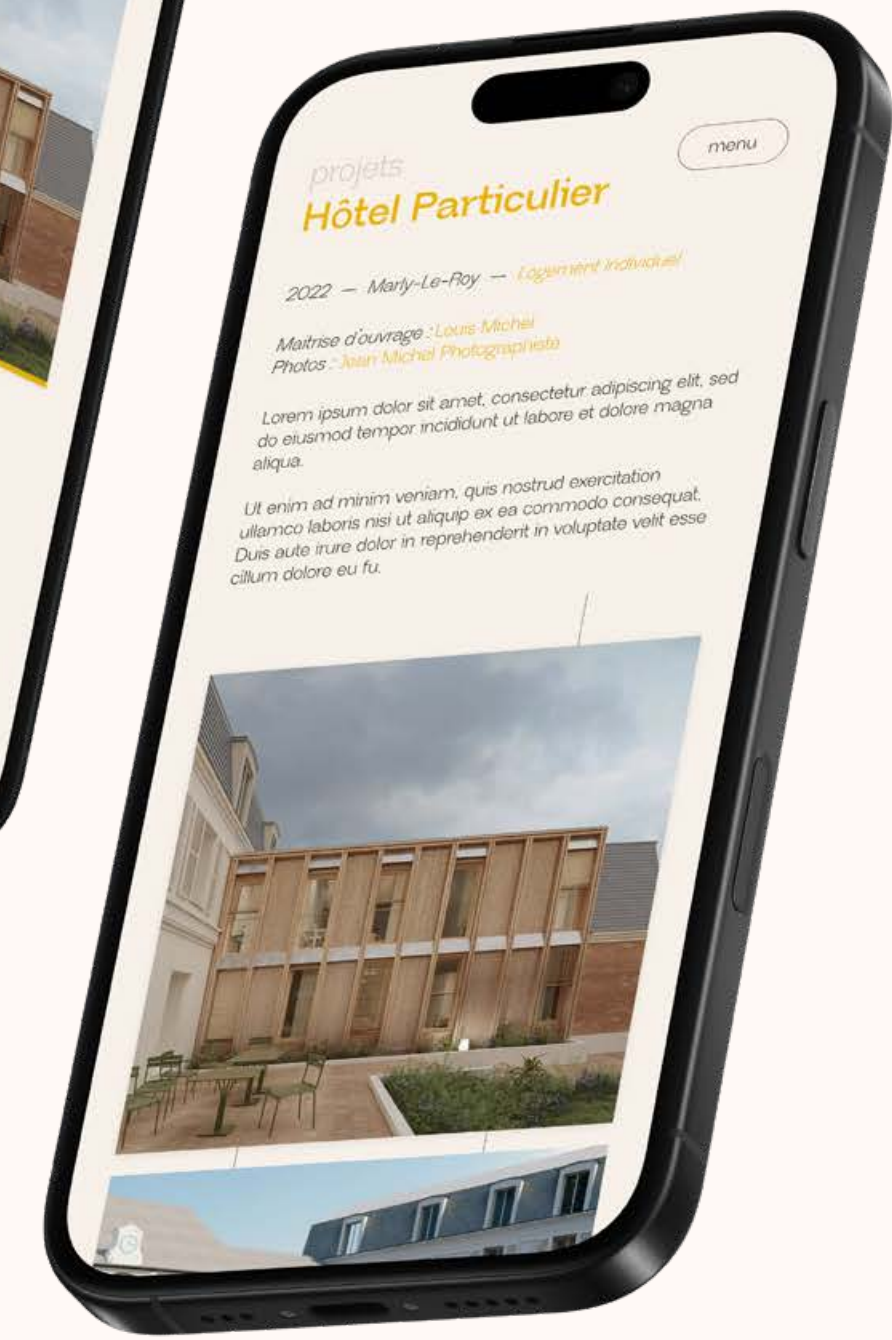
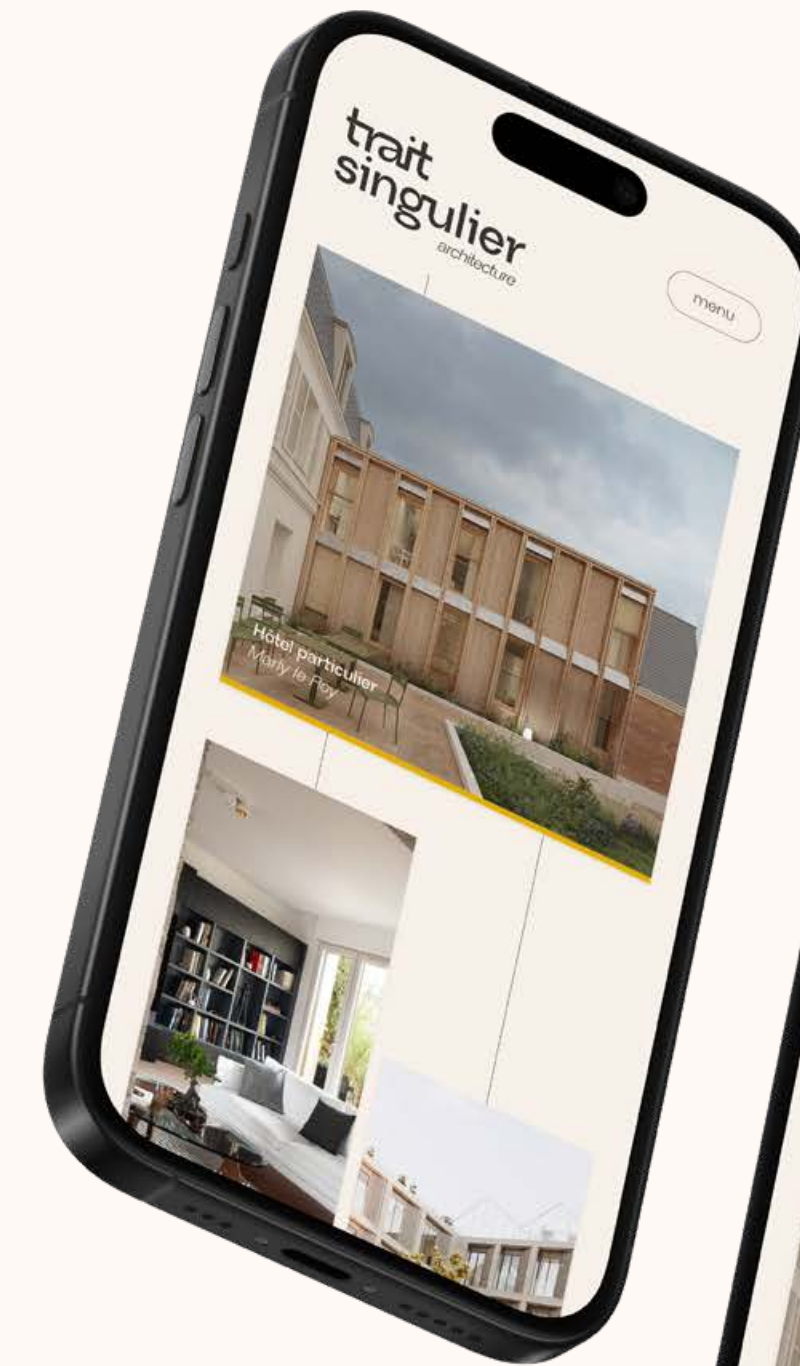
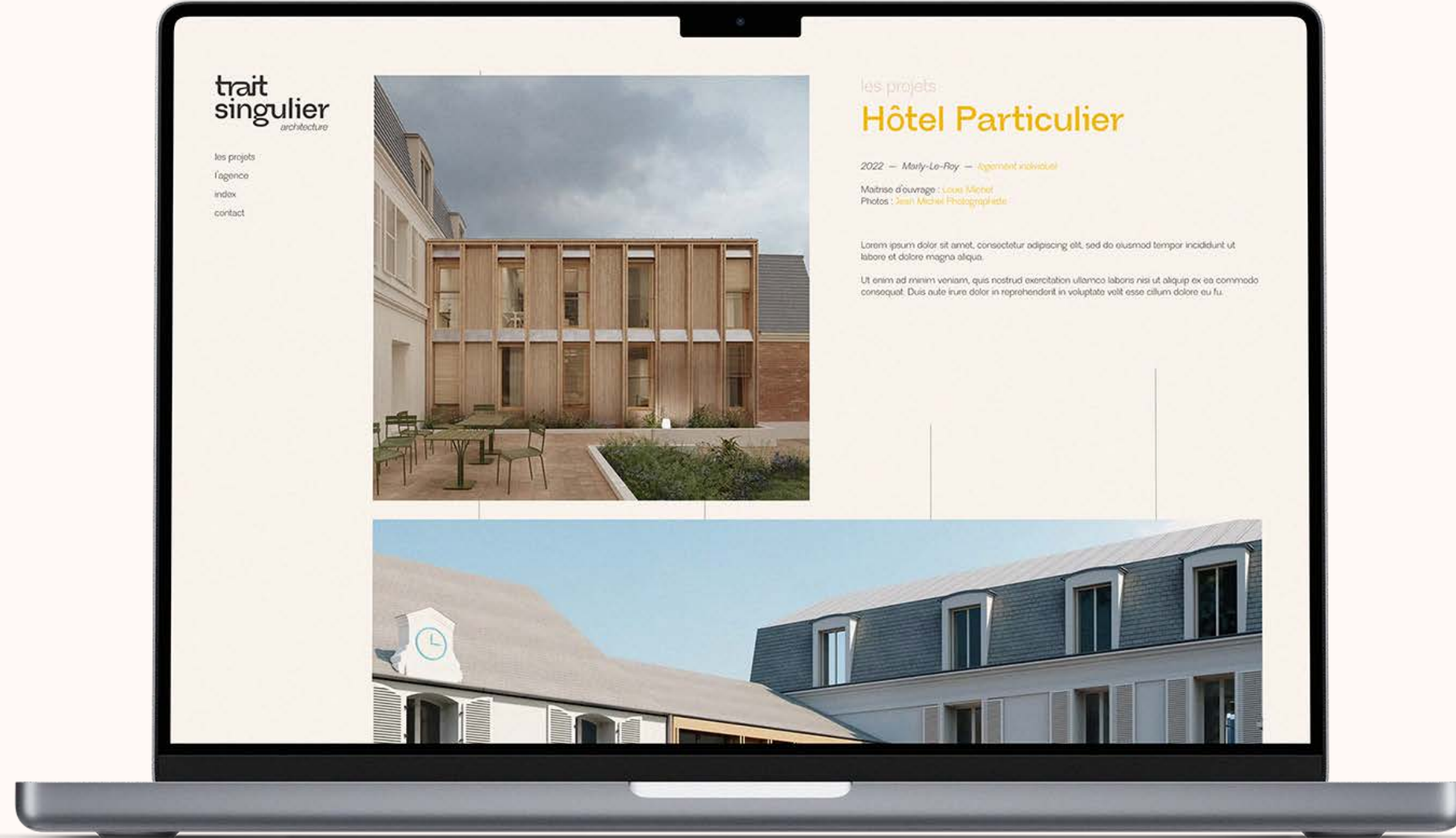
Contexte : Refonte de l'identité visuelle de l'agence

Site web : <https://www.traitsingulier.archi/>

Trait Singulier est une agence d'architecture parisienne. La mission couvrait la direction artistique, le webdesign et l'intégration Webflow, du prototype Figma jusqu'au site en production.

L'enjeu principal : mettre le travail photographique des architectes au centre, sans le concurrencer. Le layout a été conçu pour s'effacer derrière les images, avec une typographie sobre et une navigation minimaliste qui guident l'œil sans le distraire.





“ Nous avons apprécié l'écoute de Martin et sa fine compréhension des enjeux de notre jeune agence d'architecture. Il a su traduire notre vision avec justesse : le rendu, la qualité d'exécution et le soin apporté aux détails reflètent pleinement le positionnement que nous souhaitons porter et les valeurs de notre agence. ”

Ismail Loumrhari
Architecte associé



Forêt Sanctuaire

Entreprise : Association Au delà des Racines

Périmètre : Identité visuelle

Mon rôle : Directeur artistique freelance

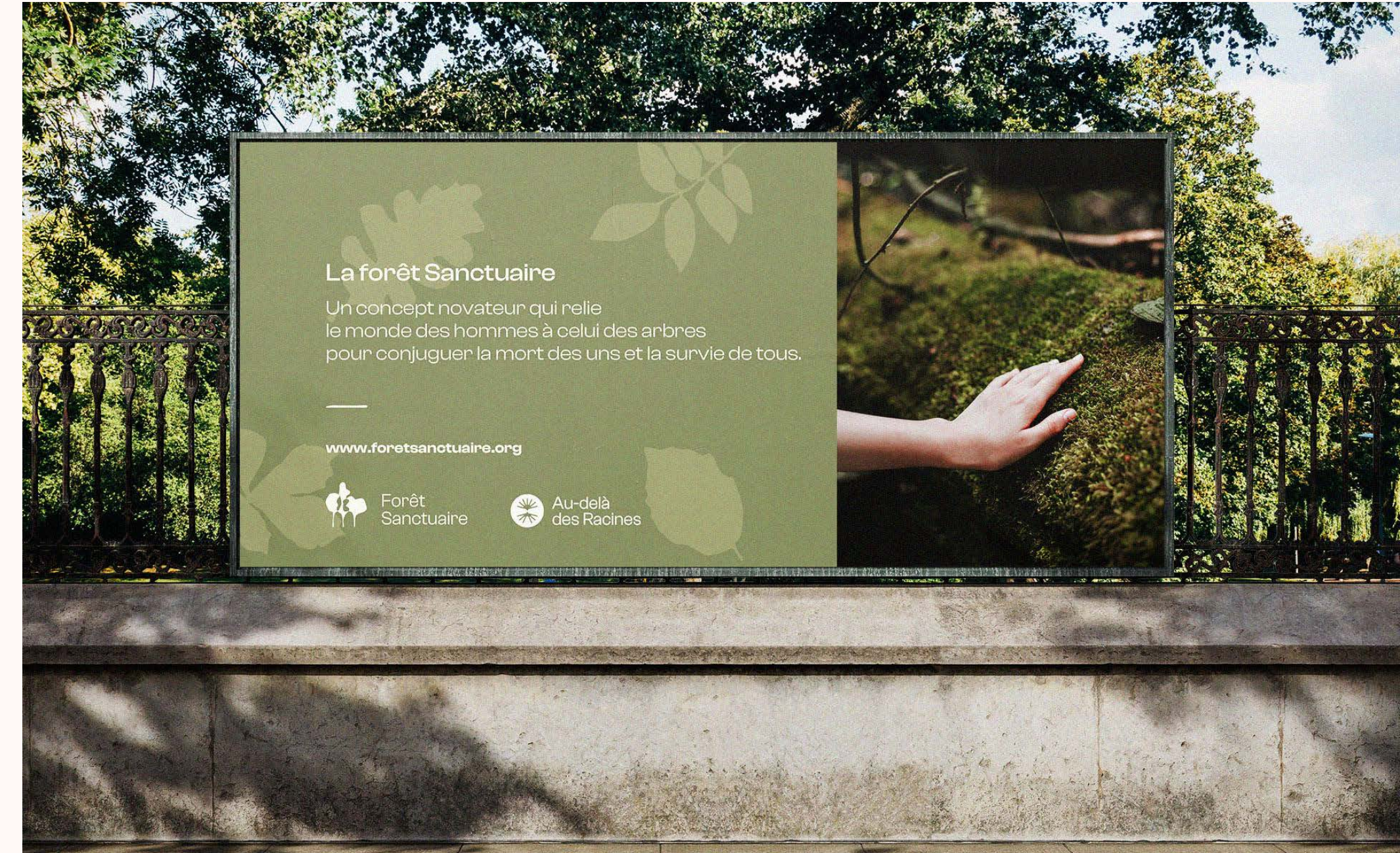
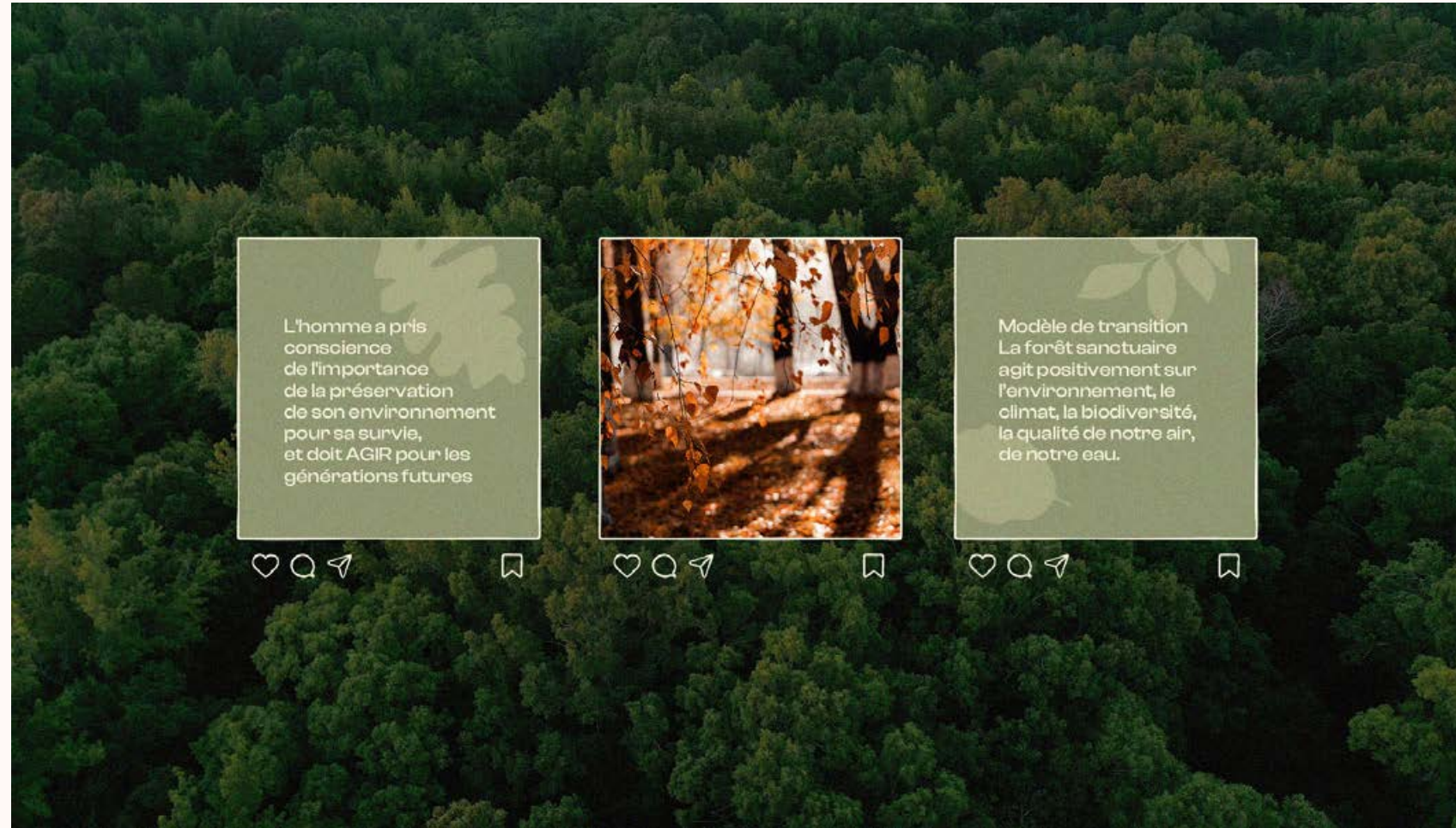
Année : 2025

Contexte : Refonte de l'identité visuelle de l'association

Forêt Sanctuaire est un concept de sépulture écologique permettant d'inhumer des urnes funéraires au sein de forêts publiques, en liant la mémoire des défunts à la préservation des écosystèmes naturels.

Le défi de cette identité était de traiter un sujet sensible, le deuil, avec une tonalité apaisante et porteuse de sens, sans tomber dans les codes funéraires habituels. L'identité devait parler autant aux familles en deuil qu'aux élus et institutions partenaires.

La palette de verts sourds et les formes organiques du logo évoquent la nature sans la folkloriser. Les motifs botaniques en filigrane instillent une présence douce sans alourdir les compositions. L'ensemble crée un univers rassurant, ancré dans le vivant.



Au-delà de son sens créatif distinctif, de son œil esthétique affûté et de sa parfaite maîtrise de l'expression graphique, Martin a su guider et accompagner efficacement l'équipe dans une réflexion stratégique approfondie, portant à la fois sur les objectifs et les enjeux de communication à court et à long terme.

Églantine Moreau
Directrice Marketing

Melomind

Entreprise : myBrain Technologies

Périmètre : Design industriel, conception mécanique, industrialisation (Chine & Taiwan)

Mon rôle : Lead Product Designer Hardware & Product Manager

Année : 2014-2018

Contexte : Produit deeptech, healthtech

En parallèle de l'application, j'ai piloté la conception du casque EEG Melomind de bout en bout : direction artistique, design industriel, conception mécanique, jusqu'à l'industrialisation du produit.



J'ai managé une équipe pluridisciplinaire réunissant ingénieurs électroniques, mécaniques et firmware, en assurant la cohérence entre les contraintes techniques et les intentions de design. Le produit a été développé en partenariat avec l'Institut du Cerveau et de la Moelle épinière.



Expérience

2019 - 2026

Directeur artistique et designer produit - Freelance

Création de produits numériques (app, SaaS, sites web), d'identités visuelles & design industriel pour startups et grands comptes.

+ 30 clients accompagnés • + 80 projets

2017 - 2019

Head of Design - myBrain Technologies

Définition et pilotage de l'ensemble des produits numériques Melomind : app B2C, plateforme de données cliniques, design system. Élaboration de la stratégie produit.

2014 - 2017

Product Manager & Designer - myBrain Technologies

Design, conception et industrialisation du casque EEG Melomind de bout en bout. Management d'une équipe pluridisciplinaire : électronique, mécanique, firmware.

Compétences

Design produit : Figma, Suite Adobe, Outils IA

Tech & intégration : Webflow, Wordpress, HTML, CSS, JS

Modélisation & rendu 3D : Solidworks, Fusion, Keyshot

Éducation

Université de Technologie de Compiègne (UTC)

Diplômé Ingénieur mécanique & Ingénierie du Design Industriel

Langues

Français - Langue Maternelle

Anglais - Bilingue

Espagnol - Niveau Professionnel

Martin Vandendriessche

Disponible immédiatement • marvdd@gmail.com • 06 50 06 70 84 • <https://martinvandendriessche.fr/>