



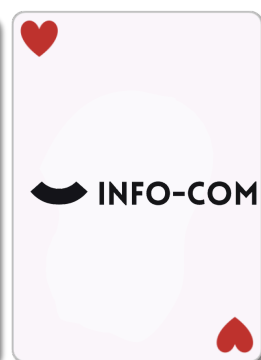
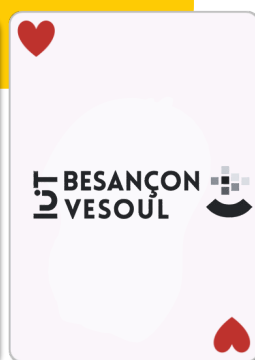
- RAPHAËL KLEIN -

RK LU GH



PROJET,
TUTEURÉ

Yll Mziu
Manon Meslet
Louis Clément
Charline Hurel
Maëlle Humbert
Ouissem Hakkar
Alexis Huot-Marchand



Remerciements.

Nous souhaitons exprimer notre profonde gratitude envers Raphaël Klein pour nous avoir offert cette précieuse opportunité. Son engagement et sa confiance en notre équipe ont été des éléments moteurs tout au long de ce projet. Nous avons particulièrement apprécié son ouverture d'esprit et sa disponibilité, qui ont grandement facilité notre travail.

Un grand merci à David Trannoy, notre tuteur, pour son accompagnement précieux et ses conseils avisés. Sa patience et sa pédagogie ont été essentielles à notre réussite. Il a su nous guider avec bienveillance, tout en nous laissant l'autonomie nécessaire pour explorer nos idées et développer notre créativité.

Nous remercions également l'IUT et l'ensemble de l'équipe pédagogique pour la qualité de l'enseignement dispensé. Les connaissances et compétences acquises grâce à leurs cours ont été fondamentales pour la réalisation de ce projet. Nous remercions les professeurs pour leur passion, leur disponibilité et leurs encouragements, qui ont contribué à notre épanouissement personnel et professionnel.

Sommaire.

Projet tureuré

<i>01</i>	Introduction	1
<i>02</i>	Organisation et méthodologie	5
<i>03</i>	Communication et collaboration ..	7
<i>04</i>	Résultats et livrables	8
<i>05</i>	Conclusion	12
<i>06</i>	Annexes	18

01 Introduction

Présentation du contexte général du projet

Dans le cadre de notre formation en Information-Communication, et plus précisément en deuxième année de BUT, nous sommes amenés à réaliser un projet tuteuré en collaboration directe avec un commanditaire externe. Ce projet constitue une mise en pratique concrète des compétences acquises tout au long de notre cursus, nous permettant d'appréhender les réalités du monde professionnel et de développer notre capacité à répondre aux besoins spécifiques d'un client.

Cette collaboration représente une opportunité unique de travailler sur un projet concret, de la phase de conception à la réalisation, en passant par la gestion de projet, la communication et la création de supports adaptés. Elle nous permet de nous immerger dans un environnement professionnel, de comprendre les enjeux et les contraintes liés à un projet de communication, et de développer notre sens de l'organisation, notre créativité et notre capacité à travailler en équipe.

Intitulé du projet

Conception et mise en œuvre d'une stratégie de communication pour le développement de l'activité de Raphaël Klein, RK Lugh.

Présentation du commanditaire



Raphaël Klein se positionne comme un professionnel polyvalent, combinant la magie et la vidéo pour offrir des solutions de communication innovantes aux entreprises.

Fort de deux décennies d'expérience dans l'illusion, il a développé une approche unique de la magie, qu'il considère comme un puissant outil de communication et de connexion humaine.

Raphaël Klein ne se contente pas de divertir. Il utilise la magie comme un vecteur de messages clés, capable de captiver l'attention et de renforcer l'impact des événements d'entreprise. Que ce soit pour des séminaires, des conférences ou des lancements de produits, il conçoit des animations sur mesure, adaptées aux objectifs de chaque client.

Maîtrisant l'ensemble de la chaîne de production audiovisuelle, Raphaël Klein réalise des vidéos de qualité professionnelle pour les entreprises. De la captation à la post-production, il met en œuvre son expertise technique et sa créativité pour produire des contenus percutants et adaptés aux différents supports de communication. Il propose une large gamme de services : vidéos promotionnelles, reportages d'événements, interviews, motion design, etc.

Raphaël Klein place la relation humaine et la proximité au cœur de sa démarche, tant dans ses prestations magiques que dans ses collaborations professionnelles. Il se montre ouvert aux propositions créatives et souhaite instaurer un suivi régulier et efficace de votre projet.

En tant que magicien, ses concurrents principaux sont Turab Magicien, Majerik Magicien et Balsamo Magicien. En tant que vidéaste, ses concurrents sont des vidéastes professionnels proposant des services similaires dans la même région.

Les objectifs de la mission

site web

charte graphique

couleurs

logo

typographies

réseaux sociaux

flyer

carte de visite





La création d'une identité visuelle forte et cohérente est un élément clé de votre mission. La conception d'une charte graphique et d'un logo reflétant son image professionnelle et moderne permettra de renforcer son positionnement et de faciliter la reconnaissance de sa marque.

En parallèle, la conception de la carte de visite et du flyer, supports imprimés essentiels, permettra de renforcer sa présence et de faciliter la prise de contact.

Ensuite, la création d'un site web professionnel est primordiale. Ce site doit servir de vitrine pour ses deux domaines d'expertise, en mettant en lumière ses compétences et ses réalisations. La page d'accueil devra captiver l'attention des visiteurs, tandis que les pages dédiées à la vidéo et à la magie détailleront ses services et présenteront des exemples concrets de son travail. L'intégration de contenus multimédias de qualité est essentielle pour illustrer son savoir-faire et susciter l'intérêt des prospects.

Enfin, le développement d'une stratégie de communication digitale efficace est indispensable pour accroître sa visibilité et toucher son public cible. Il s'agit de définir une présence pertinente sur les réseaux sociaux, en adaptant les contenus aux spécificités de chaque plateforme.

Date de réalisation du projet

Le projet tuteuré s'étend sur une période de plusieurs mois, débutant le 24 septembre 2024 et se concluant par la remise du dossier final le 25 mars 2025. Cette période englobe l'ensemble des étapes du projet, de la phase de conception à la réalisation et à la finalisation des livrables.

Nous avons établi un calendrier prévisionnel détaillé, incluant des dates de fin de tâche pour chaque étape du projet. Ces dates seront présentées dans la partie dédiée à l'organisation de l'équipe, afin de permettre un suivi précis de l'avancement du projet et de garantir le respect des délais.

Équipe du projet

Charline Hurel
2COM2

Maëlle Humbert
2PUB2

Ouissem Hakkar
2PUB2

Alexis Huot-
Marchand
2COM1

Manon Meslet
2COM2

Louis Clément
2COM2

Yll Mziu
2PUB1



02 Organisation et méthodologie

Outils utilisés

Pour assurer une gestion efficace de notre projet, nous avons mis en place plusieurs outils de coordination et de suivi.

Nous avons utilisé Excel comme principal outil d'organisation en mettant en place un rétroplanning détaillé ([annexe 1](#)). Ce fichier nous a permis de structurer nos tâches et d'assurer un bon suivi de l'avancement du projet. Chaque membre de l'équipe y avait une répartition claire de ses responsabilités, avec une colonne indiquant l'état d'avancement de chaque tâche : "À faire", "En cours" ou "Terminé".

De plus, nous avons intégré les deadlines pour chaque action afin de respecter le planning global. Les séances du mardi soir étaient également consignées dans le rétroplanning, nous permettant ainsi d'avoir une vue d'ensemble sur les points à traiter et d'anticiper les prochaines étapes. Cet outil a facilité la coordination de l'équipe et nous a aidés à rester organisés tout au long du projet.

Nous avons également utilisé WhatsApp pour faciliter les échanges en dehors des séances de travail. Deux groupes distincts ont été créés, un groupe avec Raphaël Klein et notre tuteur Monsieur Trannoy David, permettant de partager les avancées du projet, de poser des questions et d'obtenir des retours en temps réel ([annexe 2](#)). Cet espace nous a aidés à maintenir une communication professionnelle et à assurer un bon suivi des attentes du commanditaire. Ainsi qu'un groupe interne à l'équipe, dédié aux échanges plus informels et à la gestion des imprévus. Nous l'utilisons pour partager des informations importantes, signaler des absences, organiser nos séances de travail et nous entraider au quotidien. Cette organisation nous a permis de mieux coordonner nos actions et de réagir rapidement en cas de besoin.

Enfin, nous avons mis en place un dossier Google Doc partagé avec le commanditaire et notre tuteur ([annexe 3](#)). Cet espace collaboratif nous a permis de documenter l'avancement de nos réalisations au fil du temps. Ce document était régulièrement mis à jour avec les différentes étapes du projet et les tâches accomplies, les retours du commanditaire et du tuteur, les ajustements à apporter en fonction des feedbacks, un suivi clair et structuré pour garantir une bonne transparence sur notre travail.



Répartition des rôles

Nous avons fait le choix de ne pas attribuer de rôles fixes au sein de l'équipe, favorisant ainsi une approche collaborative où chacun a pu explorer différents aspects du projet selon ses compétences et ses affinités.

Toutefois, certaines spécialisations naturelles ont émergé :

Maëlle s'est principalement occupée de la partie identité visuelle et a également contribué à la création du site web aux côtés de *Yll, Louis et Alexis*. *Ouissem* s'est concentré sur les recommandations pour les réseaux sociaux, *Manon* a pris en charge la création des cartes de visite ainsi que la rédaction et la mise en page du dossier, et *Charline* s'est occupée des flyers en plus de contribuer à l'écriture du dossier avec *Alexis*. Cette organisation flexible nous a permis d'optimiser nos forces tout en assurant une complémentarité efficace au sein de l'équipe.



03 **Communication et Collaboration**

Travail d'équipe : Méthodes de collaboration et de communication

Pour assurer une collaboration efficace, notre équipe avait mis en place plusieurs méthodes de communication et d'organisation. Un groupe WhatsApp permettait une communication instantanée et fluide, facilitant le partage d'informations et la prise de décisions rapides. La délégation des tâches était soigneusement répartie en fonction des compétences et des disponibilités de chacun, ce qui garantissait une répartition équitable du travail et une meilleure productivité. Enfin, une réunion hebdomadaire était organisée chaque mardi soir à 18 h, offrant un moment clé pour faire le point sur l'avancement du projet, résoudre d'éventuels problèmes et ajuster les objectifs si nécessaire.

Échanges avec le tuteur : Fréquence, contenu et bénéfices

Les échanges avec le tuteur se faisaient de manière hebdomadaire, lors de la réunion du mardi. Ces rencontres permettaient d'aborder plusieurs points essentiels : les échéances à venir, l'avancement du projet ainsi qu'un bilan sur l'organisation générale de l'équipe. C'était également l'occasion de poser des questions et d'obtenir des réponses précises, ce qui aidait à lever les éventuelles incertitudes et à ajuster la direction du travail si nécessaire. Ces échanges réguliers apportaient une véritable valeur ajoutée en assurant un suivi rigoureux, en maintenant la motivation de l'équipe et en garantissant une meilleure compréhension des attentes du projet.

Échanges avec le commanditaire : Communication, suivi et ajustements

Les échanges avec le commanditaire étaient très réguliers et s'appuyaient sur divers outils pour garantir une communication fluide et un suivi efficace. Un groupe WhatsApp permettait de poser rapidement des questions et de recevoir des réponses, facilitant ainsi les échanges quotidiens. En parallèle, un Google Doc partagé offrait la possibilité au commanditaire de commenter directement nos travaux, ce qui permettait des retours précis et rapides. Trois rendez-vous formels ont également été organisés lors des réunions du mardi à 18 h pour faire un point plus structuré. Ces interactions fréquentes ont permis des ajustements constants, tant de notre part que de la sienne, afin de rester alignés sur ses attentes et d'orienter notre travail dans la bonne direction.

04 Résultats et Livrables

Tâches réalisées et livrables

Pour débiter notre projet, nous avons organisé une rencontre avec notre commanditaire Raphaël Klein dans le but de cerner précisément ses attentes et ses besoins. Ce rendez-vous a permis d'établir une compréhension claire de ses objectifs, des publics qu'il souhaite atteindre ainsi que des résultats qu'il espère obtenir. En posant des questions ciblées et en échangeant directement avec lui, nous avons pu identifier les messages clés à transmettre, les supports de communication à privilégier. Cette première étape s'est révélée essentielle pour poser des bases solides et orienter notre travail.

Nous avons, à la suite de cela, établi un résumé du brief ([annexe 4](#)).

Ensuite, nous avons établi une veille concurrentielle sur les différents sites et productions sur les réseaux sociaux qui étaient produites par les magiciens et vidéastes du secteur. Cette mission nous a permis de mieux cerner le contexte. On a également pu s'appuyer sur des points positifs que l'on a observés et, a contrario, des points négatifs à ne pas reproduire dans notre stratégie future.

Ensuite, la question d'un nom s'est posée afin de regrouper les deux activités : la magie et la vidéo. Après plusieurs noms étudiés, le nom de RK Lugh a été retenu, puisque ce dernier était une volonté du commanditaire.

La réalisation de la charte graphique est ensuite arrivée, cette étape était nécessaire et primordiale pour l'avancée du projet. Plusieurs étapes ont été nécessaires pour la concevoir, tout d'abord, une veille concurrentielle autour des couleurs, des logos utilisés a été réalisée.

Ensuite plusieurs logos ont été produits et proposés avec la couleur jaune que le commanditaire souhaite voir paraître et autour du nom « RK Lugh » ([annexe 5](#)).

Un seul logo a été conservé ([annexe 6](#)).

Les typographies « Morena-Regular » pour les titres et « Snell Roundhand-Regular » pour les textes ont été retenues.

Nous avons conçu la charte graphique complète avec des mockups, le champ lexical et des slogans ainsi qu'un exemple d'utilisation des typographies ([annexe 7](#)).



Des conseils afin d'optimiser la production de contenus sur les réseaux sociaux ont été produits ([annexe 8](#)). Notre commanditaire étant présent sur Instagram, LinkedIn et Youtube. Nous avons pour chacun d'entre eux calculé le taux d'engagement, le nombre de publications par mois. Pour arriver à des conseils sur les fréquences, les horaires ainsi que les thèmes à aborder, sans oublier les différents outils à utiliser pour faciliter la production de contenu.

Ensuite est venu le projet des cartes de visite uniques et percutantes, reflétant les prestations proposées ([annexe 9](#)).

Deux types de cartes ont été développés : une pour la magie et une pour la vidéo.

Pour la carte de visite dédiée à la **magie**, le nom choisi est "Raphaël Klein - Le Magicien des Entreprises" avec la signature "Créateur d'Illusions, Motivateur d'Équipes". Cette signature met en avant à la fois l'aspect spectaculaire de la magie et son utilité stratégique pour dynamiser les équipes. Les coordonnées incluent un numéro de téléphone, une adresse e-mail, et les réseaux sociaux comme Instagram et LinkedIn. Un QR code a également été intégré pour faciliter l'accès direct à plus d'informations.

Le design a fait l'objet de plusieurs itérations. La version finale retenue se distingue par son style épuré, une typographie soignée et une mise en page équilibrée. Après plusieurs tests, l'ajout du nom au-dessus du logo a été abandonné, jugé trop lourd visuellement. La carte a été finalisée avec une finition mate et un liseré jaune rappelant le logo, apportant une touche de dynamisme.

Pour la carte de visite orientée **vidéo**, le nom adopté est "Raphaël Klein - Le Vidéaste des Entreprises" accompagné de la signature "Architecte de récits visuels". Cette formule met en avant la capacité à raconter des histoires à travers la vidéo de manière impactante. Les coordonnées sont similaires à la carte magie, avec un QR code intégré.

Le design conserve une cohérence avec la carte magie tout en introduisant des éléments distinctifs. Une réflexion approfondie a porté sur le choix des typographies, des dégradés de couleurs et des éléments graphiques comme une pellicule de cinéma stylisée.

Plusieurs versions ont été proposées et affinées en fonction des retours, jusqu'à aboutir à une version finale sobre, professionnelle, avec une touche créative marquée par l'intégration d'un visuel flouté en arrière-plan.



Le projet suivant a consisté à réaliser un flyer afin de récapituler l'ensemble des activités de notre commanditaire ([annexe 10](#)).

Nous avons choisi de ne pas faire le verso puisque un flyer est souvent posé ou distribué directement sur la face réalisée.

En accord avec la charte graphique ce flyer se veut élaboré et créatif. Les dimensions sont celles d'un flyer standard à savoir 14,8 x 21 cm.

La réalisation du site web dédié à l'activité de vidéaste ainsi que la modification du site de magie de notre commanditaire a constitué la phase la plus conséquente du projet.

Nous avons d'abord proposé deux arborescences distinctes : une pour la partie vidéo et une autre pour la partie magie ([annexe 11](#)), afin de structurer de manière claire les deux facettes de son activité. Après plusieurs échanges et ajustements, nous avons validé ensemble des arborescences finales, à la fois complètes et cohérentes avec ses attentes.

Ensuite, une maquette pour le site vidéo a été conçue. Cette étape a permis de donner une première vision concrète du rendu final, tout en servant de base de travail pour la suite. La maquette a guidé la création du site sur WordPress, assurant une continuité visuelle et fonctionnelle entre nos idées et la version en ligne.

La construction du site sur WordPress a ensuite débuté. Nous avons intégré les éléments visuels et textuels validés par le commanditaire, tout en veillant à garantir une expérience utilisateur fluide ([annexe 12](#)).

Pour garantir l'autonomie du commanditaire dans la gestion de son site à long terme, nous avons également conçu un manuel détaillé sur l'utilisation de WordPress ([annexe 13](#)). Ce guide explique comment ajouter de nouveaux contenus, ou encore modifier les pages existantes. En complément, nous avons fourni des conseils SEO (Search Engine Optimization) adaptés à son activité, afin qu'il puisse publier de nouveaux articles ou vidéos tout en maximisant la visibilité de son site sur les moteurs de recherche ([annexe 14](#)).

Synthèse globale des résultats

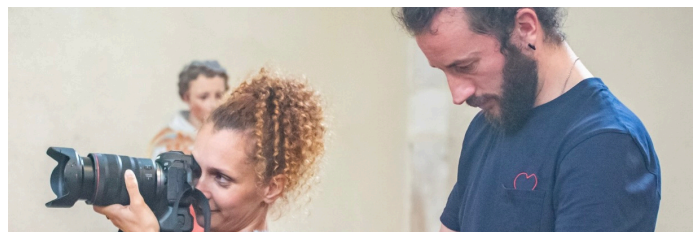
Sept mois après avoir démarré ce projet, nous pouvons dire que nous avons atteint les objectifs du début. Nous sommes parvenus à créer une réelle identité visuelle à Raphaël Klein pour sa nouvelle société RK Lugh. Nous avons bien compris sa demande et avons répondu du mieux possible.

Nous avons créé toute sa charte graphique, comprenant son logo, ses typographies, ses couleurs et son champ lexical, cela était une étape très importante pour la suite du projet. Tous les livrables créés lui ont ensuite été présentés, nous avons échangé avec lui à chaque fois sur les améliorations à faire, ce qui a permis de créer ce qu'il avait en tête. Des flyers aux cartes de visites en passant par son nouveau site Internet, nous avons mis à l'épreuve nos compétences pour répondre au mieux à son besoin, et ce dernier est très satisfait des résultats.



Il a pu nous faire part de ses avis grâce au groupe WhatsApp, mais également lorsqu'il était avec nous à l'IUT. Raphaël Klein peut désormais démarrer sa nouvelle société de vidéo, il a toutes les cartes en main pour évoluer et se développer fortement. La formation WordPress que nous lui avons faite lui permet de pouvoir continuer à fonder son site web, et à pouvoir l'améliorer comme il le souhaite. Nos recommandations réseaux sociaux lui permettent de savoir comment les utiliser et quelles améliorations faire pour les exploiter pleinement.

En globalité, les objectifs ont été atteints et le commanditaire est satisfait, nous le sommes donc également !



05 Conclusion

Pistes d'amélioration

Le projet a permis de répondre aux attentes du commanditaire, Raphaël Klein, en lui fournissant des outils de communication adaptés et professionnels. Cependant, des axes d'amélioration peuvent être envisagés pour optimiser davantage sa stratégie de communication.

Premièrement, il serait bénéfique de développer une stratégie de contenu plus dynamique pour les réseaux sociaux, en explorant des formats variés et en établissant un calendrier éditorial régulier.

Deuxièmement, l'optimisation du référencement naturel (SEO) du site web pourrait être renforcée pour améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche. L'intégration d'un blog sur le site web permettrait de créer du contenu pertinent et informatif, attirant ainsi un trafic qualifié.

Troisièmement, la production de vidéos de présentation de l'entreprise et de témoignages clients pourrait renforcer la crédibilité et l'attractivité de l'offre.

Quatrièmement, la création de supports de communication digitaux tels que des newsletters ou des e-books pourrait fidéliser la clientèle et générer des leads.

Enfin, la mise en place d'outils d'analyse de données (Google Analytics, réseaux sociaux) permettrait de suivre les performances des actions de communication et d'ajuster la stratégie en conséquence. La collecte de feedbacks clients et l'analyse des retours permettraient d'améliorer continuellement les prestations et les supports de communication.

Yll

Lors du projet tutoré pour Raphaël Klein, j'ai acquis de nombreuses compétences. Tout d'abord, j'ai renforcé mes aptitudes en travail d'équipe, particulièrement en termes d'organisation, puisque nous devions nous organiser de manière autonome. Ce projet a aussi été une véritable expérience professionnelle, car j'ai appris à comprendre les attentes d'un commanditaire et à y répondre de façon pertinente et ajustée. Par ailleurs, j'ai développé des compétences en gestion de réunions, tant avec le commanditaire qu'avec mes camarades de projet.

En outre, cette expérience m'a permis de découvrir le monde de la communication et la diversité des tâches nécessaires pour élaborer une stratégie de communication efficace. J'ai pris conscience de l'importance de chaque étape du processus et de l'interconnexion entre les différentes actions à entreprendre pour répondre aux objectifs d'un projet.

En conclusion, ce projet a été particulièrement enrichissant, tant sur le plan professionnel que personnel. Il m'a non seulement permis d'approfondir mes compétences en gestion de projet, mais aussi d'exprimer mes ressentis lors des échanges et d'enrichir ma compréhension de la communication.

Manon

Au départ, j'étais quelque peu sceptique quant à ce projet externe. Non pas que le commanditaire, Raphaël Klein, ne m'intéressât pas, son profil de magicien-vidéaste était même plutôt intrigant. Cependant, j'appréhendais l'idée de travailler avec des camarades que je connaissais peu. L'inconnu de la dynamique d'équipe, la répartition des tâches et la coordination me semblaient être des défis importants.

Cependant, je me suis rapidement pris au jeu. L'opportunité de mettre en pratique les compétences acquises en cours s'est révélée très stimulante. Bien que nous ayons eu besoin d'un temps d'adaptation pour trouver notre rythme, pour définir clairement nos rôles et établir des méthodes de travail efficaces, j'ai finalement acquis des compétences précieuses. Le travail d'équipe, qui me semblait initialement une source d'appréhension, s'est transformé en une expérience enrichissante. La gestion du temps, avec les échéances à respecter et les imprévus à gérer, a été un autre apprentissage majeur. J'ai développé ma capacité à planifier, à prioriser et à m'adapter aux changements. Enfin, la relation avec un commanditaire, Raphaël Klein, m'a permis de comprendre les enjeux de la communication professionnelle et l'importance de la satisfaction client. Ce projet tuteuré a été une expérience formatrice, qui m'a permis de développer des compétences techniques et relationnelles essentielles pour ma future carrière.

Louis

J'étais assez sceptique au début de ce projet tuteuré, je n'étais pas sûr qu'il allait me plaire. Globalement, je ne connaissais pas mes coéquipiers, mais après des semaines à travailler avec eux, j'ai commencé à les apprécier et à comprendre leur manière de travailler. Je trouve que nous nous sommes plutôt bien compris, nous avons bien su communiquer et nous avons créé une bonne dynamique. C'est pourquoi ce projet tuteuré a été une expérience hyper enrichissante pour ma part. J'ai pu mettre mes connaissances et compétences à l'épreuve afin de répondre réellement à la demande d'un commanditaire. J'ai également pu tester ma capacité à travailler en équipe et à communiquer au sein d'un groupe. Plus précisément, j'ai pu améliorer mes compétences sur WordPress (j'ai passé un long moment lors de ce projet tuteuré sur cet outil afin de créer le site RK Lugh). En globalité, cette expérience m'a permis d'apprendre à gérer un projet sur la durée et à gérer mon temps.

Charline

Au départ, j'étais hésitante, ne connaissant pas bien les membres de l'équipe. Après un temps d'adaptation, j'ai finalement apprécié la dynamique du groupe et le travail collaboratif. Ce projet m'a permis de développer ma capacité à travailler en équipe, à m'adapter aux imprévus et à mieux gérer mon temps.

Cette expérience a été enrichissante tant sur le plan personnel que professionnel. J'ai appris à prendre en compte les besoins de Raphaël Klein pour concevoir un flyer fidèle à ses attentes et à son univers.

Alexis

Ce projet n'était pas mon premier vœu, j'étais plutôt retissant au premier abord. Les débuts ont été plutôt timides, les perspectives et les objectifs étaient flous. Finalement après de multiples échanges avec le tuteur, le commanditaire ainsi que mes camarades nous avons pu nous répartir des tâches claires. Ce projet m'a permis sur le plan personnel d'acquérir des compétences en gestion de projet et en travail d'équipe. Sur le plan professionnel j'ai beaucoup appris, en effet les tâches étaient nombreuses et les objectifs du commanditaire à savoir améliorer sa visibilité sur la vidéo et sur la magie nous ont permis de répondre à des briefs et à des contraintes que l'on va rencontrer dans le futur.

Maëlle

Ce projet tuteuré a été pour moi une expérience enrichissante, tant sur le plan professionnel et scolaire que personnel. Ce projet m'a appris à adapter ma créativité aux besoins d'un client réel, en prenant en compte son identité artistique, ses attentes et ses contraintes. J'ai pu développer des compétences essentielles en design graphique, en conception de site web et en gestion de projet. Au-delà des aspects techniques, cette collaboration m'a aussi apporté beaucoup sur le plan humain. J'ai appris à écouter attentivement les besoins de Raphaël, à comprendre sa vision et à proposer des solutions en accord avec son univers. J'ai aussi appris à connaître mes camarades tout au long de cette expérience, et je suis ravie d'avoir travaillé avec eux. Ce projet m'a aussi permis de travailler en équipe de juniors, tout en bénéficiant d'un cadre pédagogique structurant. J'ai aussi dû gérer mon organisation, respecter des délais et être rigoureuse dans mon travail, ce qui m'a préparée aux exigences du monde professionnel. En résumé, cette expérience m'a offert une belle opportunité d'apprentissage, alliant compétences techniques, créativité et enrichissement humain.

Ouissem

Lors des premières semaines, j'étais assez sceptique. Je me demandais si ce projet allait réellement me captiver et me permettre de m'investir pleinement. J'ai tout de même voulu essayer de m'y plonger dedans le plus possible pour me laisser emporter et je ne regrette pas ! Ce projet tutoré a été pour moi une expérience très enrichissante, aussi bien sur le plan professionnel que personnel. J'ai pu mettre en pratique et approfondir mes compétences dans plusieurs domaines. J'ai notamment acquis une meilleure compréhension de la gestion de projet, en apprenant à planifier, organiser et respecter les délais. Le travail en équipe a également renforcé ma capacité à communiquer efficacement, à écouter et à collaborer avec les autres. De plus, les échanges réguliers avec notre tuteur et le commanditaire ont été très constructifs. Malgré les imprévus et les difficultés qu'on a pu rencontrer au cours du projet, j'ai appris à être plus flexible et à m'adapter aux changements.

Ainsi, ce projet tutoré a été une expérience très formatrice qui m'a permis de développer des compétences essentielles pour mon avenir professionnel. Je suis convaincu que les compétences acquises me seront précieuses pour la suite de mon parcours.

Retour d'expérience collectif

Notre projet tuteuré a été une aventure collective remarquable, marquée par une collaboration efficace et une cohésion importante.



- ✓ Dès le début, nous avons dû nous **organiser** efficacement pour structurer notre travail et garantir une bonne répartition des tâches.
- ✓ **La collaboration** au sein de l'équipe a été un élément clé de notre réussite : chacun a su apporter ses compétences et s'investir pleinement pour mener à bien le projet.
- ✓ L'un des défis majeurs a été la **gestion du temps** et **des priorités**. Face aux différentes échéances, nous avons appris à planifier rigoureusement notre travail tout en restant flexibles face aux imprévus.
- ✓ Les **échanges réguliers** entre nous ainsi qu'avec notre tuteur et le commanditaire nous ont permis d'adapter nos actions et d'affiner notre approche pour répondre aux attentes du projet.

Ce travail d'équipe nous a également appris l'importance de la communication et de l'écoute. En partageant nos idées et en confrontant nos points de vue, nous avons réussi à trouver des solutions adaptées et à prendre des décisions collectives. La dynamique de groupe a renforcé notre capacité à travailler ensemble et à surmonter les difficultés avec solidarité.

Au-delà des aspects techniques et organisationnels, ce projet nous a offert une expérience formatrice qui nous servira dans nos futures expériences professionnelles. Il nous a permis d'expérimenter la gestion de projet dans des conditions concrètes, de développer notre autonomie. Cette aventure nous a montré que la réussite d'un projet repose autant sur les compétences individuelles que sur la force du collectif.

Tout au long du projet, nous avons su faire preuve de solidarité et d'adaptabilité face aux défis rencontrés. Les imprévus ont été abordés avec flexibilité, et notre capacité à nous soutenir mutuellement a renforcé la cohésion de l'équipe. Ce travail collaboratif nous a permis de développer des compétences clés en gestion de projet, en communication et en organisation.

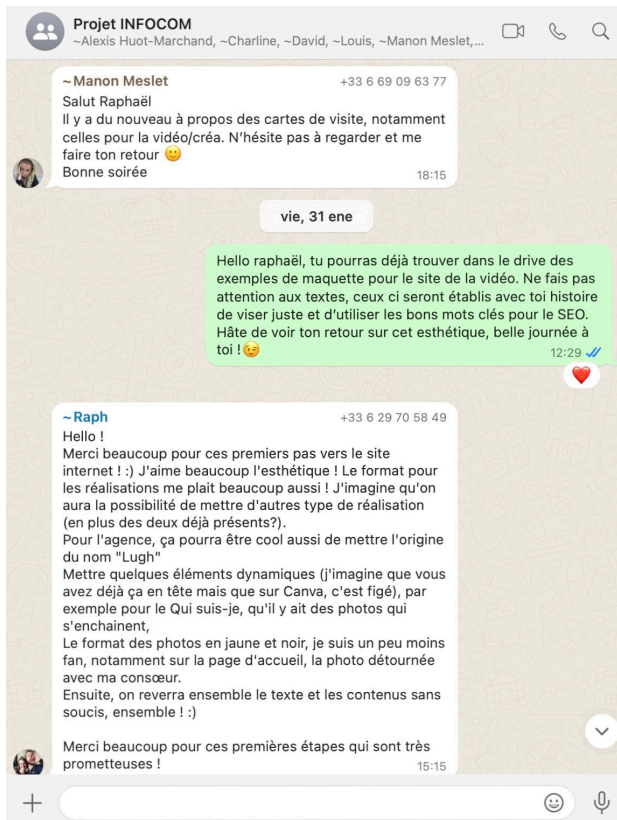
Annexes

Annexe 1

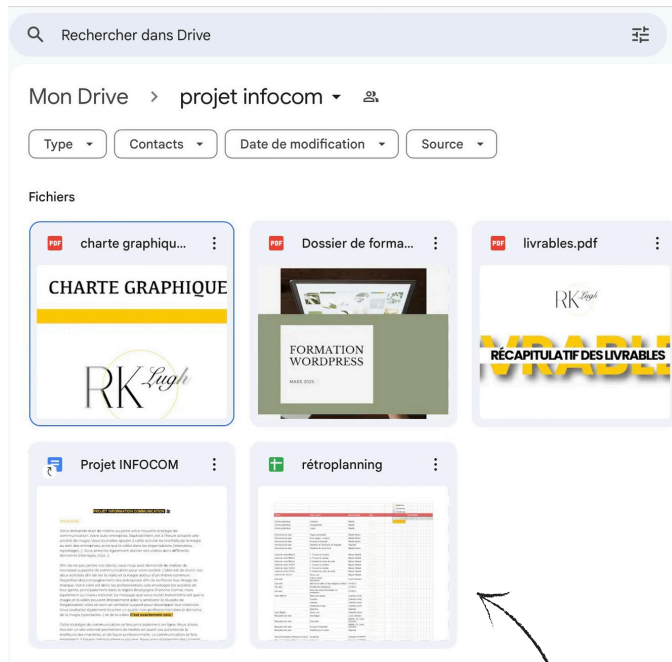
Cliquez dessus pour y accéder directement !

[illegible]

Annexe 2



Annexe 3



Cliquez dessus pour y accéder directement !

Annexe 4

PROJET INFORMATION COMMUNICATION

Votre brief :

Votre demande était de mettre au point votre nouvelle stratégie de communication. Votre auto-entreprise, Raphaël Klein, est à l'heure actuelle une société de magie. Vous souhaitez ajouter à cette activité les bienfaits de la magie au sein des entreprises, ainsi que la vidéo dans les organisations (interviews, reportages...). Vous aimeriez également réaliser des vidéos dans différents domaines (mariages, clips...).

Afin de ne pas perdre vos clients, vous nous avez demandé de réaliser de nouveaux supports de communication pour votre société. L'idée est de réunir vos deux activités afin de lier la vidéo et la magie autour d'un thème commun : l'expertise d'accompagnement des entreprises afin de renforcer leur image de marque. Votre cible est donc les professionnels, cela enveloppe les sociétés en tout genre, principalement dans la région Bourgogne-Franche-Comté, mais également au niveau national. Le message que vous voulez transmettre est que la magie et la vidéo peuvent littéralement aider à améliorer la réussite de l'organisation, elles en sont un véritable support pour développer leur créativité. Vous souhaitez également toucher un public non-professionnel dans le domaine de la magie (spectacles...) et de la vidéo. **C'est exactement cela !**

Cette stratégie de communication se fera principalement en ligne. Nous allons monter un site internet permettant de mettre en avant vos activités de la meilleure des manières, et de façon professionnelle. La communication se fera également à travers certains réseaux sociaux. Nous vous donnerons des conseils pour gérer au mieux ces réseaux et nous vous donnerons des nouvelles idées de nom pour votre société. Nous refferons également votre charte graphique et votre logo pour répondre au mieux à vos besoins. **C'est parfait !! 😊**

Annexe 5




Annexe 6





Cliquez dessus pour y accéder directement !

CONSEILS FACEBOOK



Facebook
Optimisation
de votre présence sur
Facebook

Quand publier ?

Lundi	<input checked="" type="checkbox"/>
Mardi	<input checked="" type="checkbox"/>
Mercredi	<input checked="" type="checkbox"/>
Jeudi	<input checked="" type="checkbox"/>
Vendredi	<input checked="" type="checkbox"/>
Samedi	<input type="checkbox"/>
Dimanche	<input type="checkbox"/>

12h à 14h 19h à 21h

Objectifs

- Inform**
Sur vos spectacles, voyages et événements
- Raconter**
Des anecdotes et des défis
- Partager des extraits**
De spectacles, des coulisses et des tutoriels

Audiences

Nombre de followers

299

Taux d'engagement

2%

Fréquence de publication

3 à 4 Publications Par mois

Sujets

Vidéos
Magie
photographie

Conseils

- Vidéos engageantes
- Storytelling authentique
- Mettre en avant votre actualité
- Contenu interactif
- Utiliser des hashtags pertinents
- Appels à l'action clairs

Outils Facebook

- Création de vidéos Engageantes**
Facebook Creator Studio, Adobe Premiere Rush, iShot
- Création de contenu Interactif**
Sondages, questions, quiz
- Planification et gestion**
Des publications Facebook
Facebook Creator Studio, Hootsuite, Buffer
- Analyse des performances**
Suivi des statistiques
Facebook Insights, SocialPilot, Agorapulse

Boostez votre présence sur Facebook !

CONSEILS INSTAGRAM



Instagram
Optimisation

de votre présence sur Instagram

Quand publier ?

Lundi	<input checked="" type="checkbox"/>
Mardi	<input type="checkbox"/>
Mercredi	<input checked="" type="checkbox"/>
Jeudi	<input type="checkbox"/>
Vendredi	<input checked="" type="checkbox"/>
Samedi	<input type="checkbox"/>
Dimanche	<input type="checkbox"/>

12h à 14h 19h à 21h

Conseils

- Contenus visuels de qualité
- Vidéos courtes et dynamiques
- Utiliser les carrousels et les Stories
- Rester à l'affût des tendances
- Utiliser des hashtags pertinents
- Interagir avec les commentaires et les messages

Objectifs

- Mettre en valeur**
Vos prestations, outils de magie, événements et voyages
- Utiliser les Stories**
Pour l'interaction (sondages, questions, comptes à rebours)
- Partager**
Des extraits de spectacles, tutoriels et coulisses

Audiences


Nombre de followers 597	Taux d'engagement 3,3 %	Fréquence de publication 3 à 5 Publications Par mois	Sujets Vidéo Actualités Voyages
--	--	--	---

Outils Instagram

- Création de visuels de qualité**
Prestations et voyages [Lightroom Mobile / VSCO](#)
- Montage de vidéos courtes et dynamiques**
Spectacles et tutoriels [InShot, Mojo, CapCut](#)
- Création de carrousels**
Stories interactives [Canva, Unfold, StoryArt](#)
- Suivi des tendances**
Utilisation de Réels [Reels, Explorer](#)
- Analyse des performances**
Gestion des hashtags [Hashtagify.me, Instagram Insights](#)

Boostez votre présence sur Instagram !

CONSEILS LINKEDIN



LinkedIn
Optimisation

de votre présence sur LinkedIn

Quand publier ?

Lundi	<input checked="" type="checkbox"/>
Mardi	<input checked="" type="checkbox"/>
Mercredi	<input checked="" type="checkbox"/>
Jeudi	<input checked="" type="checkbox"/>
Vendredi	<input type="checkbox"/>
Samedi	<input type="checkbox"/>
Dimanche	<input type="checkbox"/>

9h à 11h

Conseils

- Contenu professionnel et pertinent
- Storytelling professionnel
- Vidéos pour présenter votre expertise
- Poser des questions à la fin de chaque publication
- Utiliser des hashtags pertinents
- Interagir avec les commentaires et les messages

Objectifs

- Présenter votre expertise**
A travers des vidéos
- Raconter**
Des expériences professionnelles et des réussites
- Partager des articles**
Sur l'événementiel, la magie et le divertissement

Audiences

Nombre de followers 883	Taux d'engagement 2,8 %	Fréquence de publication 3 à 4 Publications Par mois	Sujets Conseils Actualités professionnels
--	--	--	---

Outils LinkedIn

- Création de contenu**
Professionnel et pertinent [Medium, Google Docs](#)
- Montage de vidéos**
Pour présenter votre expertise [Loom, Camtasia, Adobe Premiere Rush](#)
- Planification et gestion**
Des publications LinkedIn [LinkedIn Scheduler, Hootsuite, Buffer](#)
- Analyse des performances**
Suivi des statistiques [SocialPilot, Shield Analytics](#)

Boostez votre présence sur LinkedIn !

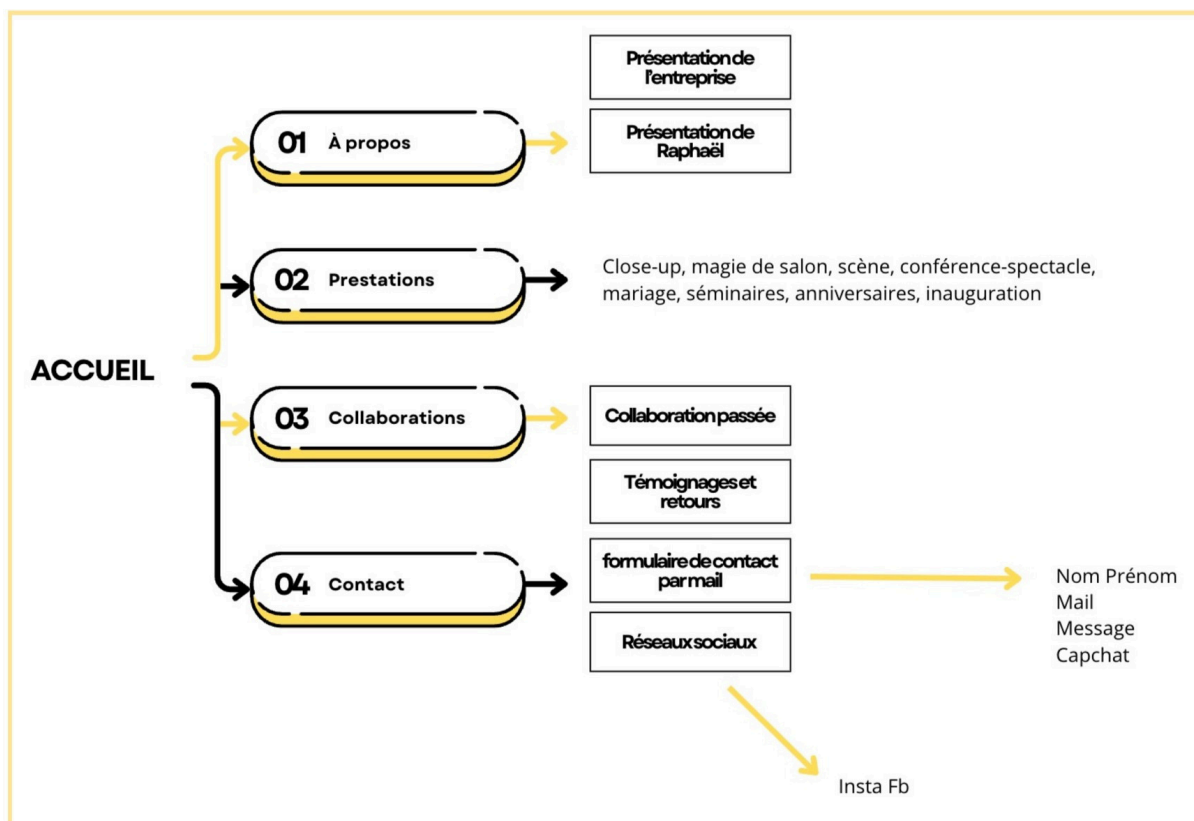
Annexe 9



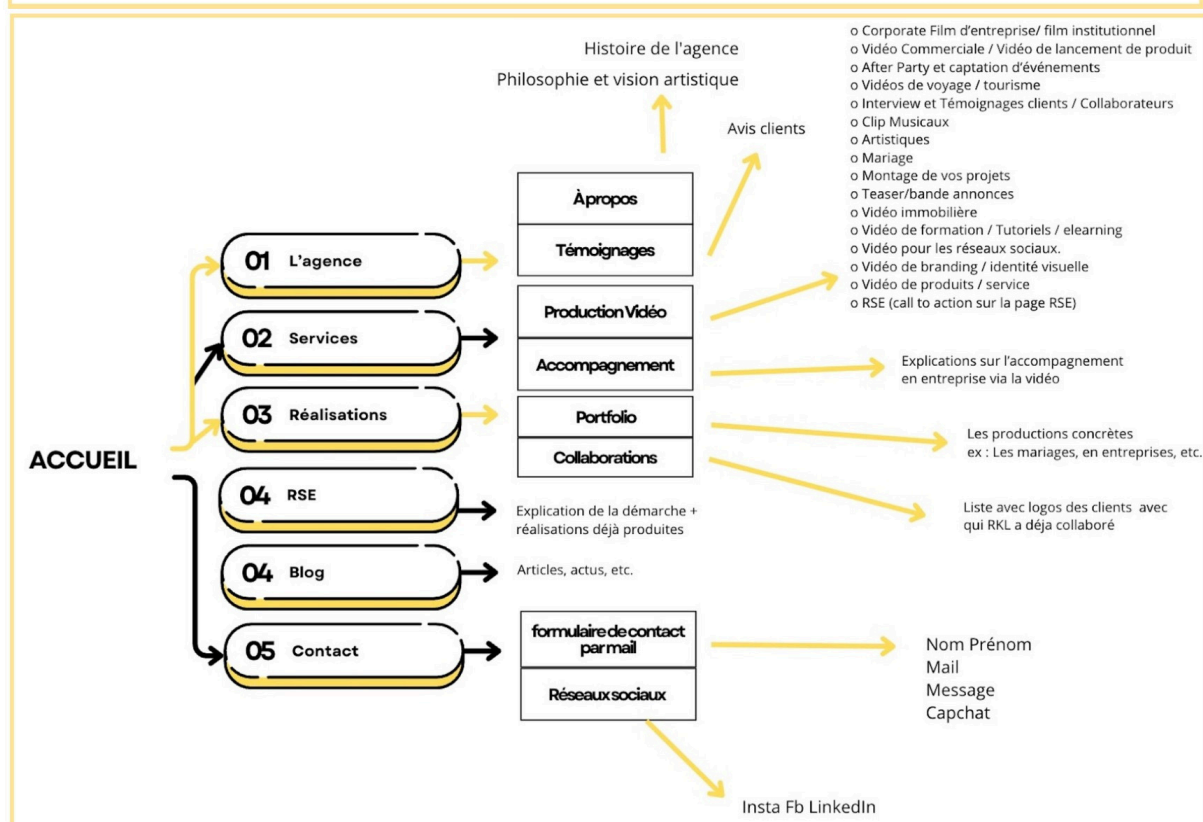
Annexe 10

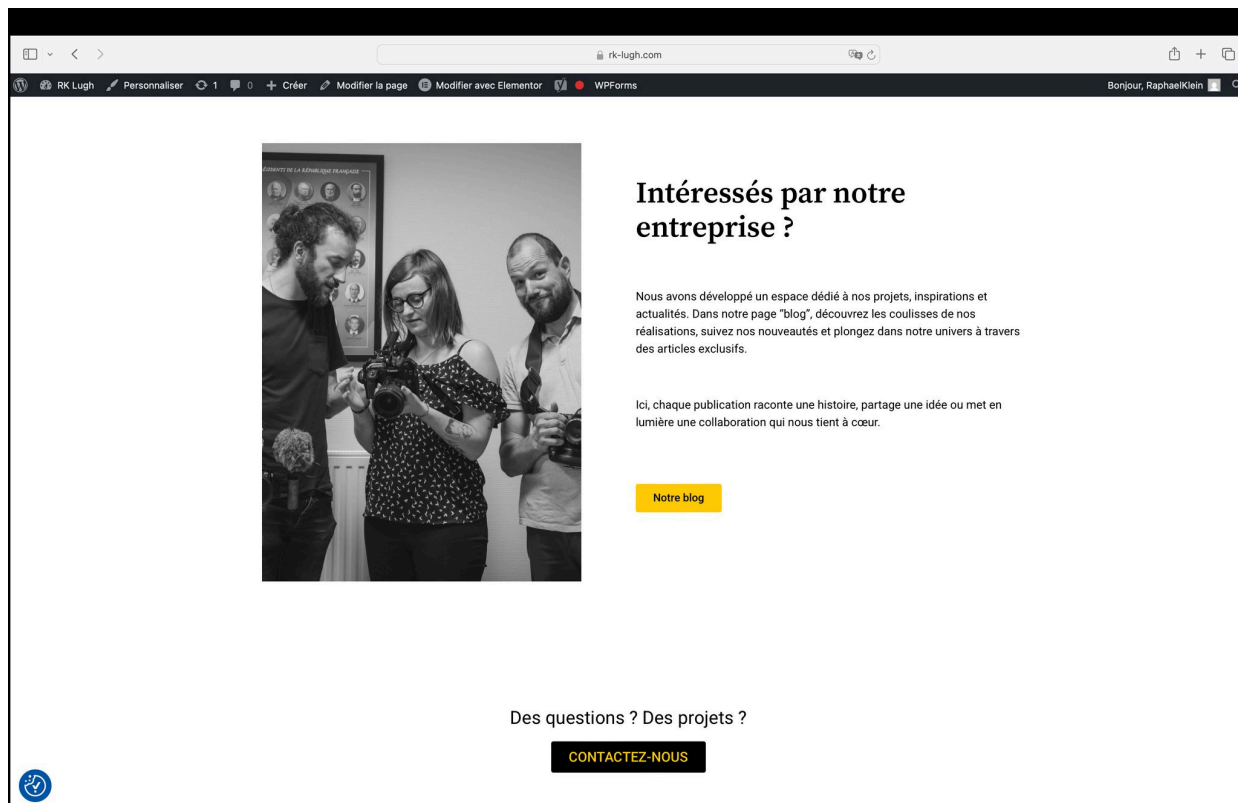


SITE MAGIE



SITE VIDÉO





Annexe 13



Cliquez dessus pour y accéder directement !

Annexe 14

1. TITRAGE (H1, H2, H3...)

Les titres aident **Google** à **comprendre** le contenu de la page et structurent la lecture pour l'utilisateur. Une bonne hiérarchie de titres **améliore le classement** dans les résultats de recherche et **facilite la navigation**.

H1 Titre de niveau 1

H2 Titre de niveau 2

H3 Titre de niveau 3

H4 Titre de niveau 4

H5 Titre de niveau 5

H6 Titre de niveau 6

CONSEILS

- Un seul H1 par page → Il doit clairement décrire le sujet de la page. Exemple : "Vidéaste professionnel - Rk Lugh".
- Utiliser les H2 pour diviser le contenu en sections importantes (exemple : "Mes services", "Mes réalisations").
- Les H3 et H4 servent à organiser le détail des sections (exemple : "Vidéos d'entreprise", "Vidéos de mariage").
- Placer le mot-clé principal dans le H1 et au moins un H2 pour signaler à Google le thème principal de la page.
- Ne pas dépasser 60 caractères pour le H1 → Si le titre est trop long, il sera coupé dans les résultats de recherche.

2. BALISES OG (OPEN GRAPH)

Les **balises Open Graph (OG)** sont des **métadonnées** intégrées dans le code d'une page web. Elles servent à **contrôler** l'apparence d'une page lorsqu'elle est **partagée** sur les **réseaux sociaux** comme Facebook, LinkedIn, Twitter (via Twitter Cards) et même WhatsApp.

CONSEILS

- Titre OG → Doit reprendre le H1 ou être une variante percutante. Exemple : "Vidéaste professionnel - Rk Lugh".
- Description OG → Entre 60 et 160 caractères, avec un appel à l'action ("Découvrez les services de Raphael Klein").
- Image OG → Format recommandé : 1200 x 630 px.
- Le titre et la description doivent contenir le mot-clé principal pour améliorer la cohérence SEO.
- à configurer avec l'extension yoast seo

EXEMPLE

Si Raphael partage sa page de service "Vidéos de mariage" :

- **og:title** → "Vidéo de mariage - RK Lugh"
- **og:description** → "Des souvenirs inoubliables grâce à des vidéos de mariage personnalisées. Contactez-moi dès aujourd'hui !"
- **og:image** → photo-mariage-raphael-klein.jpg (1200 x 630 px)
- **og:url** → <https://rk-lugh.com/video-mariage>
- **og:type** → website

3. BALISES ALT (IMAGES)

Les **balises ALT décrivent** le contenu des **images** pour aider Google à mieux les **référer** et **améliorer** l'accessibilité pour les personnes malvoyantes. Une description claire, concise et incluant un mot-clé pertinent permet de mieux **classer** l'image dans Google Images. Si l'image ne se charge pas, le texte ALT s'affiche à la place, offrant une meilleure expérience utilisateur. Une bonne balise ALT **renforce** le SEO du site et la visibilité de votre travail. Cela augmente vos chances d'**attirer de nouveaux clients**.

CONSEILS

- Décrire l'image de manière claire et concise (exemple : "Raphael Klein réalisant une vidéo de mariage").
- Inclure le mot-clé principal si c'est pertinent, mais de manière naturelle.
- Ne pas surcharger la balise ALT → Une phrase simple suffit → video-mariage- (moins de 125 caractères).
- Nommer le fichier de manière descriptive rklugh.jpg au lieu de IMG1234.jpg.
- Utiliser des images uniques pour éviter le contenu dupliqué.

EXEMPLES

- **Nom du fichier** : photo-mariage-rklugh.jpg
- **Balise ALT** : "Raphael capturant les moments d'un couple lors d'un mariage en plein air."
- **Format** : JPEG
- **Poids** : ≤ 150 Ko (compression via un outil comme TinyPNG)
- **Balises OG associées** :
 - **og:title** → "Photo de mariage - RK Lugh"
 - **og:description** → "Des souvenirs inoubliables grâce à des photos de mariage personnalisée."
 - **og:image** → photo-mariage-rk-lugh.jpg

4. MOTS-CLÉS

Les **mots-clés** sont des termes ou expressions que les internautes tapent dans les moteurs de recherche (comme Google) pour trouver une information, un service ou un produit. Ils jouent un rôle **essentiel** dans le **référencement naturel** (SEO), car ils permettent à Google de comprendre le **sujet** d'une page et de la **positionner** correctement dans les résultats de recherche.

CONSEILS

- Cibler 3 à 5 mots-clés principaux par page (exemple : vidéaste professionnel, vidéo mariage, entreprise).
- Inclure des mots-clés longue traîne pour capter des recherches spécifiques (exemple : "vidéaste de mariage à Besançon").
- Utiliser des synonymes et des variantes pour éviter la répétition.
- Placer le mot-clé principal dans :
 - Le H1
 - Les H2
 - La description
 - Les premiers 100 mots de la page
- Ne pas faire de "keyword stuffing" → Google pénalise la surcharge de mots-clés.



5. NOMBRE DE MOTS PAR PAGE

Un contenu long et bien structuré permet à Google de mieux comprendre le sujet de la page et ainsi de mieux la référencer.

CONSEILS

- **Page d'accueil** → Entre **400** et **800** mots.
- **Page de service Article de blog** longs sont mieux
→ Entre **1000** et **1500** mots (les articles
référéncés). → Entre **500** et **1000** mots.
- Le mot-clé principal doit apparaître dans le **premier paragraphe**.
- Rédiger de manière naturelle et éviter le contenu artificiel.
- Ajouter **des liens internes** vers d'autres pages du site pour renforcer le maillage interne.

