

Lola Thiebaut

Année universitaire :

2024 - 2025

Parcours : Communication des Organisations

1COM3

RAPPORT DE STAGE



AGENCE PTL
Marketing
& Communication 360°

IUT Besançon - Vesoul - Département
InfoCom
30 Avenue de l'observatoire , 25 000 Besançon
Enseignant référent : **Mme. Betbeder** - Maître
de conférence

Agence PTL Communication et Marketing 360° -
50 Av. Fontaine Argent, 25 000, Besançon
Maître de stage: **Théo Juif** - Directeur de
clientèle et des opérations

SOMMAIRE

Introduction

Remerciement

I. Présentation de l'agence

A. Caractérisation

B. L'équipe

C. L'environnement concurrentiel de l'agence

II. Missions réalisées

A. Missions de Community Management

1. Mise en forme de postes pour la marque Closuria

2. Rédaction, programmation et publication pour Mont d'Or

3. Création d'une publication pour l'Agence PTL

B. Missions de marketing & stratégie de contenu

1. Création de moodboards pour le syndicat Mont d'Or

2. Réalisation d'un newsletter pour le SEO

3. Création de Personas

C. Design et création visuelle

1. Réalisation d'une maquette web sur Canva

D. Production Audiovisuelle

1. Tournage Vidéo pour Coté Apart

III. Bilan

Sources

INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO
INTRO INTRO INTRO

INTRODUCTION

Durant ma première année de BUT Information et Communication, parcours Communication des Organisations à l'IUT de Besançon, j'ai eu l'opportunité d'effectuer un stage au sein de l'agence PTL Communication et Marketing 360° à Besançon, courant février 2025. Cette immersion dans le milieu professionnel a été une expérience particulièrement enrichissante, me permettant d'appliquer mes connaissances théoriques à des situations concrètes et de mieux comprendre les enjeux du secteur de la communication.

L'agence PTL est spécialisée dans le marketing et la communication à 360°. Elle propose un large éventail de services allant du digital à l'impression, en passant par la stratégie de marque et la gestion de projet. Grâce à cette approche globale, l'agence accompagne ses clients dans la mise en place de solutions de communication adaptées et efficaces.

Ce rapport vise à retracer mon expérience au sein de cette agence en détaillant les missions que j'ai pu mener durant mon mois de stage, les compétences que j'ai développées ainsi que les apprentissages que j'en retire. J'évoquerai également l'impact de cette expérience sur mon parcours académique et sur mon projet professionnel, en mettant en avant les perspectives qu'elle a pu m'ouvrir.

REMERCIEMENT

Je souhaite remercier toutes les personnes et organisations qui ont contribué à la réalisation de mon stage d'un mois au sein de l'agence PTL Communication et Marketing 360°. Sans leur soutien et leur accompagnement, cette expérience professionnelle n'aurait pas été aussi enrichissante et formatrice.

Je tiens tout particulièrement à remercier M. Théo Juif, mon tuteur de stage, ainsi que le directeur de clientèle et des opérations de l'agence PTL, pour leur accueil chaleureux et leur bienveillance à mon égard. Leur disponibilité et leurs précieux conseils m'ont permis de m'intégrer rapidement au sein de l'équipe et de m'adapter à mon nouvel environnement de travail.

Je souhaite également exprimer toute ma reconnaissance à Mme Laura Masson, M. Baptiste Mullet, ainsi qu'à chaque membre de l'équipe, qui ont pris le temps de me guider, de me conseiller et de m'accompagner dans la réalisation de mes missions. Leur patience, leur bienveillance et leur esprit d'équipe ont largement contribué à rendre cette expérience des plus agréables et formatrices. Leur soutien a été un véritable moteur dans mon apprentissage et dans ma montée en compétences.

Enfin, je suis très reconnaissante envers Mme Marie-Laure Betbeder pour son suivi attentif et bienveillant depuis l'IUT, ainsi qu'au service administratif, dont l'accompagnement a facilité l'ensemble des démarches liées à mon stage. Leur engagement a permis d'assurer le bon déroulement de cette expérience, me permettant ainsi de me concentrer pleinement sur mon apprentissage.

Grâce à vous tous, ce stage a été une expérience des plus enrichissantes, tant sur le plan professionnel que personnel, et je vous en suis profondément reconnaissante.

1.

PRÉSENTATION
DE L'AGENCE

I. Présentation de l'agence

A. Caractérisation

L'agence PTL Communication & Marketing 360° est une **entreprise privée** dite **SARL**, créée en 2018. C'est également une entreprise de nationalité **française** à **but lucratif**. Son activité principale se concentre sur un large éventail de **services** passant par les stratégies marketing, le design graphique, la création de sites web ainsi que la gestion des réseaux sociaux. Son secteur d'activité est alors le **secteur tertiaire**. Elle exerce principalement son activité dans un **secteur régional**, et plus particulièrement dans le Doubs.

L'agence PTL est une **TPE** (très petite entreprise), elle compte 4 salariés à plein temps ainsi qu'un alternant.

Au sujet des **finalités**, il est désormais possible de définir l'agence comme une entreprise **RSE**. Celle-ci possède les **finalités économiques**, notamment car elle génère du profit pour assurer sa pérennité, mais aussi la **finalité sociale** car en effet, l'agence est engagée dans des actions sociales. Du côté **sociétal**, celle-ci accompagne culturellement La Rodia. Pour finir avec l'aspect **environnemental**, PTL participe au challenge de la mobilité et au développement de solutions de web écologique.

En ce qui concerne les **ressources** de l'entreprise, sur le plan des ressources **humaines**, l'agence se compose de quatre associés et d'un alternant. De plus, au sujet des ressources **financières**, celle-ci propose des prestations de services facturées aux clients et possède un capital social de 1 000 €. Ensuite, du côté des ressources **technologiques et immatérielles**, l'agence possède différents logiciels, un site internet, des réseaux sociaux ainsi qu'une très bonne réputation à l'égard de ses clients. Pour finir, elle possède également un large éventail de **ressources matérielles**, notamment ses locaux, bureaux, écrans et d'autres encore...

L'agence PTL Communication & Marketing 360° se différencie en favorisant la **collaboration** et la **créativité**. Son espace de travail en **open space** encourage les échanges fluides entre les membres de l'équipe, **sans hiérarchie** rigide, permettant ainsi une réactivité et une flexibilité optimales selon les projets en cours.

Grâce à son expertise polyvalente, l'agence accompagne une large **diversité** de **clients**, sans restriction sectorielle. Elle collabore avec des entreprises de toutes tailles, désireuses de développer une stratégie de communication efficace et impactante. Afin d'offrir des prestations complètes et de qualité, PTL s'appuie sur un réseau de **partenaires** spécialisés, incluant des imprimeurs, vidéastes et régies publicitaires, garantissant ainsi une prise en charge globale des besoins de communication de ses clients.

B. L'équipe

Théo Juif

Chargé de la relation client, il veille au bon déroulement des échanges entre l'agence et ses clients, tout en assurant les démarches administratives essentielles au fonctionnement de l'entreprise. Il prend en charge les demandes et interrogations des clients afin de garantir leur satisfaction et de renforcer leur fidélité. Son rôle ne s'arrête pas là : il analyse également leurs retours d'expérience afin d'optimiser continuellement les services proposés par l'agence. Grâce à cette approche, il contribue activement à l'amélioration de l'offre et au développement de PTL. Aux côtés de Laura, il a cofondé l'agence, apportant son expertise et sa vision stratégique pour faire grandir la structure.



B. L'équipe

Laura Masson

Directrice artistique de l'agence, elle possède une formation en graphisme et une expertise pointue en conseil d'image et en branding stratégique. Son rôle consiste à analyser et concevoir des identités de marque percutantes et cohérentes, en accord avec les valeurs et les attentes du marché. Chaque projet crée allie créativité et stratégie, en garantissant une approche visuelle forte et impactante. En parallèle, elle veille à une bonne gestion budgétaire.



B. L'équipe

Baptiste Mullot

Responsable marketing, il accompagne ses clients dans l'élaboration de stratégies sur mesure et la mise en place de plans de communication performants, adaptés à leurs besoins et à leur positionnement sur le marché. Il conçoit et supervise les campagnes publicitaires, en veillant à leur cohérence avec les objectifs fixés. Son rôle inclut également la gestion des budgets et l'analyse du retour sur investissement, lui permettant d'ajuster et d'optimiser chaque action afin maximiser l'impact des campagnes. Toujours en veille sur les nouvelles tendances et innovations du secteur, il propose des solutions créatives et efficaces afin de garantir la visibilité et le développement des marques qu'il accompagne.



B. L'équipe

Nathan Guédât

Arrivé en 2020, tout comme Baptiste, il occupe le poste de développeur web au sein de l'agence. Son rôle consiste à analyser les besoins spécifiques de chaque client afin d'élaborer un cahier des charges précis pour la conception de sites web ou d'applications. Une fois le projet développé, il assure un contrôle rigoureux et corrige d'éventuels problèmes pour garantir une expérience utilisateur optimale. Toujours en veille sur les dernières technologies et tendances du marché, il intègre des solutions innovantes et performantes pour répondre aux exigences du digital et offrir des outils modernes et évolutifs.



B. L'équipe

Nathan Avis

Alternant commercial, il met à profit son dynamisme et son sens du relationnel pour contribuer au développement du portefeuille client de l'agence. Toujours à l'affût de nouvelles opportunités, il assure le démarchage des prospects en identifiant avec précision leurs besoins et en leur proposant des solutions sur mesure adaptées à leurs enjeux de communication. Son rôle ne se limite pas à la prospection : il entretient également une relation de confiance avec les clients existants afin de fidéliser et renforcer les collaborations, tout en participant aux stratégies de croissance de l'agence.



C. L'environnement concurrentiel de l'agence

L'agence PTL exerce principalement à l'échelle régionale. Celle-ci fait face à une concurrence directe composée de structures similaires implantées à Besançon et à ses alentours, ainsi qu'en Franche-Comté au sens général.

Tel que des agences de communication et de marketing à taille humaine, spécialisées dans le conseil stratégique, le graphisme ainsi que le développement web.

On y retrouve l'agence Tête de Com, l'agence Élixir, expertes en graphisme et en gestion des réseaux sociaux, l'agence Séquane Communication & Marketing, l'agence web Wazacom ou encore Dartagnan, toutes étant situées à Besançon. Ces agences offrent des services variés, répondant aux mêmes besoins en matière de communication et de stratégie digitale, ce qui fait d'elles des concurrentes directes de PTL.

L'agence PTL a également pour concurrents les structures proposant des formations professionnelles ciblées, destinées aux entreprises souhaitant renforcer leurs compétences en marketing, communication, design graphique ainsi que développement web dans la région. Ces formations permettent aux entreprises d'internaliser certaines compétences, réduisant ainsi leur recours aux services d'une agence de communication.

Sans oublier les banques également, qui font office de concurrents indirects à l'agence, car elles offrent la création de sites internet pour leurs clients, une prestation qui empiète sur le marché des agences web et de communication. Certaines de ces institutions vont même plus loin en proposant des services complémentaires tels que l'accompagnement digital et le référencement, accentuant ainsi la concurrence sur ce segment.

Face à cet environnement concurrentiel, l'agence PTL se démarque par son approche 360°, lui permettant de proposer des solutions complètes et adaptées aux besoins de ses clients, tout en maintenant une proximité et une flexibilité propres aux structures à taille humaine.

2.

LES MISSIONS RÉALISÉES

II. Missions réalisées

Au cours de ce stage de 4 semaines, j'ai eu la chance de pouvoir réaliser de nombreuses missions, en collaborant avec les différents membres de l'équipe. Ceci m'a donc permis de m'exercer dans chaque domaine précis de l'organisation.

Pour vous décrire une **journée type** à l'agence, je me rendais sur place à 9 h. En commençant la journée par discuter avec Laura ou Baptiste (en fonction de la mission en cours), sur les tâches que j'avais pu accomplir la veille, et sur lesquelles je pouvais poursuivre pour le reste de la journée.

À midi, une pause d'une heure à lieu, c'est le moment où l'ensemble de l'équipe se retrouve autour d'un repas.

Puis, nous poursuivons notre travail jusqu'à 17 h.

Des checks étaient effectuées avec les membres de l'équipe tout au long de la journée. Afin qu'ils puissent me donner des recommandations précises sur les différentes missions.

Au travers de ces 4 semaines, les différents type de missions qui mettaient accordé ont été réparties de manière uniforme.

A. Missions de Community Management

1. Mise en forme de postes pour la marque Closuria



Concernant la marque **Closuria**, ma mission principale était le **redimensionnement** des postes pré-crées afin de les publier sur leurs réseaux sociaux Instagram ainsi que Facebook.

En effet, depuis peu, le réseau social Instagram a subi une mise à jour qui a entraîné un redimensionnement des postes, ce qui a par la suite engendré un décalage au niveau du fil d'actualité de la marque. Auparavant, les publications apparaissaient sous un format de 1080 x 1080 px or ceux-ci ont été redimensionner de la façon suivante: 1080 x 1350 px.

Afin de répondre à cette problématique d'esthétique, l'agence a donc été contrainte de redimensionner l'ensemble des prochaines publications afin de rendre leur fil d'actualité plus homogène. Ceci a été donc ma première tâche à réaliser.

Par ailleurs, voici quelques exemples de redimensionnements des prochaines publications.

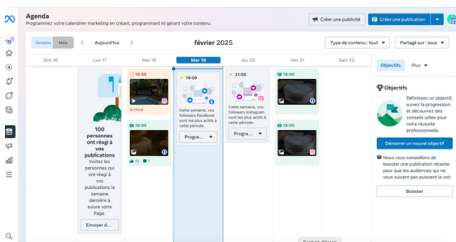


Pour effectuer cette manipulation, j'ai pu utiliser l'application **Canva**. Celle-ci m'a permis d'être plus précise et de rendre un travail plus qualitatif. Notamment grâce à ses divers outils.

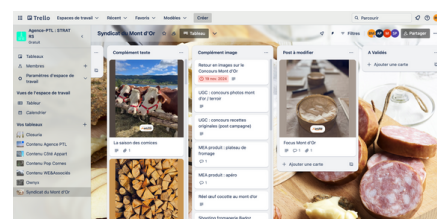
2. Rédaction, programmation et publication pour Mont d'Or

À la suite de ces publications, j'ai eu la responsabilité de **rédiger les descriptions** des prochains posts pour le syndicat Mont d'Or sur la plateforme **Trello**. L'objectif était de produire un contenu à la fois attrayant et créatif, afin de capter l'attention du public et de valoriser efficacement les messages diffusés.

Une fois les descriptions finalisées, j'ai pu les **publier** et les **programmer** via la plateforme **Meta Business Suite**. Cet outil m'a permis d'optimiser la gestion des publications en planifiant leur diffusion aux moments les plus stratégiques, garantissant ainsi une meilleure visibilité et un engagement accru de la part du public cible.



Trello



MetaBusiness Suite

3. Création d'une publication pour l'Agence PTL

Pour l'**agence PTL**, j'ai eu l'opportunité de créer des postes de A à Z : prise de photos, valorisation avec Canva, rédaction de la description, programmation et publication. Ces postes visaient à renforcer la visibilité des deux nouvelles stagiaires, Violette et moi, ainsi qu'un alternant ayant rejoint l'équipe pour le mois de février également.



AGENCE PTL
Marketing & Communication 360°



Cette expérience m'a permis de développer mes compétences en communication digitale et en gestion de projets. En orchestrant chaque étape de la création, j'ai pu harmoniser le message et l'image de l'agence tout en mettant en avant nos profils. Le résultat a été un post à la fois attrayant et professionnel, capable de capter l'attention de notre audience et de faciliter l'intégration réussie des nouvelles recrues au sein de l'équipe.

B. Missions de marketing & stratégie de contenu

1. Création de moodboards pour le syndicat Mont d'Or

Concernant le Syndicat du Mont d'Or, j'ai également eu la chance de pouvoir réaliser deux **mood boards** dans le but de puiser l'inspiration pour les prochaines publications. L'un était consacré à l'automne, et l'autre se concentre davantage sur le printemps/été.



Ces mood boards rassemblent une sélection d'images, de couleurs, de matières et d'idées qui permettront de créer des contenus visuels cohérents et attrayants pour chaque saison. Ils sont utilisés comme base pour imaginer des ambiances en phase avec l'esprit de nos futures communications.

À la suite de cela, j'ai dû **analyser** pour chaque élément, ce qui me semblait le plus pertinent et ce qui serait intéressant à retranscrire dans les prochains postes Mont d'Or.



Photo	Thèmes	Segmentation	Lieux	Matériel	Quand
	pique nique bateau /Printemps	MEA	lac	<ul style="list-style-type: none"> • Mont d'or • Bateau • Nappe • verre de vin 	matinée
	Printemps	MEA	lac ou rivière	<ul style="list-style-type: none"> • Mont d'or • Nappe à carreau • petites marguerite • pain • opinel • verre • planche en bois • pain 	matinée/ Mea du produit avec profondeur de champs
	Repas /Printemps	MEA	Champs	<ul style="list-style-type: none"> • Mont d'or • Nappe • planche • pain • couteau • verre de vin • figue • fleur 	midi

Ensuite, afin de mieux organiser le prochain shooting photo, j'ai pu réaliser un tableau comportant la photo que l'on souhaite reproduire, son thème, sa segmentation (ici, nous retrouvons majoritairement l'acronyme "MEA" qui signifie la mise

en avant d'un produit), le lieu où on réalisera ce prochain shooting afin reproduire cette photo, ainsi que le matériel nécessaire et enfin à quel moment de la journée serait-il intéressant de capturer l'instant.

Cette étape est crucial, elle permet ainsi d'**organiser efficacement** toutes les composantes d'un **shooting** pour garantir que chaque détail soit pris en compte.

2. Réalisation d'un newsletter pour le SEO

J'ai eu l'opportunité de réaliser une **newsletter** dédiée au **SEO** (Optimisation pour les moteurs de recherche) pour l'agence PTL. Son objectif principal était d'amener les lecteurs vers leurs guides explicatifs afin de les aider à maximiser leur **référencement** et à mieux comprendre les enjeux du positionnement sur les moteurs de recherche.

Concernant la création, j'ai utilisé Infomaniak pour la gestion et l'envoi de la newsletter, garantissant ainsi une diffusion **efficace** auprès de notre audience cible. Pour le design, j'ai eu recours à Canva afin de concevoir des illustrations attractives et dynamiques, renforçant l'impact visuel du message. Nous avons mis un point d'honneur à faire ressortir notre **créativité**, en soignant l'aspect graphique, pour rendre cette newsletter plus percutante.

Le but était de **capter l'attention** des lecteurs dès les premiers instants grâce à un design soigné et un ton accrocheur, tout en les incitant à poursuivre leur lecture jusqu'aux ressources proposées. L'accent a également été mis sur la clarté et la pertinence des informations, afin d'apporter une réelle valeur ajoutée aux destinataires et de renforcer leur intérêt pour les services de l'agence PTL.

3. Création de Personas



Dans le contexte de la collaboration entre l'agence PTL et Wizishop, j'ai eu l'opportunité de travailler sur la création de **personas**, ce sont des représentations fictives des profils de clients idéaux pouvant être intéressés par l'offre "business" proposée. Celle-ci permet aux entrepreneurs d'acquérir un site **e-commerce** conçu par des experts de l'agence PTL, avec diverses fonctionnalités

et avantages tels qu'un accompagnement personnalisé ou encore des optimisations adaptées à leur secteur d'activité. L'objectif principal de cette analyse est de mieux comprendre les besoins et les attentes des clients potentiels, dans le but de mieux gérer la communication et le positionnement de cette offre. Suite à cela j'ai également du chercher différentes idées de futurs vidéos qui présentera le partenariat dans son ensemble.

C. Design et création visuelle

1. Réalisation d'une maquette web sur Canva

Aux côtés de Nathan, j'ai eu l'opportunité de travailler sur la conception du futur site web "Paysagio".

Mon rôle consistait à réaliser une **maquette web** à l'aide du logiciel de mon choix, et j'ai finalement opté pour Canva pour sa simplicité d'utilisation et sa flexibilité dans la conception visuelle. L'objectif était de faciliter la création du site en offrant à Nathan une **trame claire**, structurée et intuitive à suivre, garantissant ainsi une mise en page harmonieuse et fonctionnelle.

Paysagio est un logiciel innovant, actuellement en cours de développement par l'agence PTL. Il est spécialement conçu pour aider les paysagistes à optimiser leur organisation et leur gestion au quotidien, en leur proposant des outils pratiques et adaptés à leurs besoins spécifiques.

D. Production Audiovisuelle

1. Tournage Vidéo pour Coté Appart



Dans le cadre d'un projet vidéo pour **Côté Appart**, située à Besançon, j'ai eu la responsabilité d'organiser un **tournage vidéo** afin de présenter l'agence, son équipe et les différentes fonctions de chacun.

Avant le tournage, plusieurs étapes de préparation ont été nécessaires. Tout d'abord, j'ai réfléchi à différentes **idées de vidéos** permettant de mettre en avant l'agence et son équipe de manière dynamique et engageante. Ensuite, j'ai élaboré un **brief** détaillé, expliquant les mises en scène, le concept des vidéos et l'organisation globale du tournage. Ce document a été envoyé à Côté Appart afin d'obtenir un retour, ajuster certains éléments et recueillir des informations supplémentaires sur l'équipe.

Une fois le brief validé, j'ai mis en place un **plan de tournage** pour optimiser l'organisation le jour J. Ce document récapitulait le matériel à emmener, les rôles de chacun ainsi que les questions à poser à chaque membre de l'équipe.

Le jour du tournage est vite arrivé ! Nous nous sommes rendus sur place pour capturer les différentes scènes prévues, avec une équipe motivée et prête à donner le meilleur d'elle-même. Ce fut une expérience enrichissante, où nous avons pu filmer l'ensemble des séquences nécessaires, en prenant soin de respecter les différents angles et nuances que nous avons imaginés. Chacun a apporté sa touche personnelle, contribuant à la magie du projet. De retour à l'agence, nous nous sommes penchés sur le dérushage, une étape essentielle consistant à sélectionner les meilleures prises et supprimer les essais ou séquences inutilisables. Ce processus de tri minutieux nous a permis de nous assurer que seules les images les plus percutantes seraient retenues pour la suite. Puis, nous avons pu enfin commencer à nous intéresser à la création d'une vidéo nommée "NEXT". Un moment excitant, où les premiers éléments de montage ont pris forme.



3.

Bilan personnel et professionnel

III. Bilan

Ce stage m'a permis de découvrir le fonctionnement d'une agence de communication et de marketing, d'acquérir de nouvelles compétences et surtout de confirmer mon choix d'orientation professionnelle.

Avant ce stage, j'étais déjà intéressé par le domaine du marketing, mais cette immersion professionnelle m'a permis de confirmer que c'est véritablement le secteur dans lequel je souhaite évoluer. J'ai pris plaisir à travailler sur différentes missions, à comprendre les enjeux des stratégies marketing et à contribuer, à mon échelle, à divers projets. Cette expérience m'a conforté dans mon envie de poursuivre mes études dans ce domaine, et je souhaite désormais approfondir mes connaissances en envisageant un Master en Marketing.

L'un des aspects marquants de ce stage a été les échanges enrichissants que j'ai eus avec les différents associés de l'agence. En discutant avec eux, j'ai découvert que certains avaient étudié à l'étranger, une expérience qui leur a apporté une ouverture d'esprit et une approche différente du marketing et du monde professionnel. Cela m'a énormément inspiré et donné envie, moi aussi, de partir à l'étranger pour poursuivre un Master. L'idée d'évoluer dans un cadre international, d'apprendre de nouvelles méthodes et d'être confronté à d'autres visions du marketing est une perspective qui m'attire particulièrement.

Ce stage ne m'a pas seulement permis d'acquérir des compétences techniques, il m'a également aidé à mieux me connaître sur le plan personnel. J'ai notamment découvert à quel point j'apprécie le travail en équipe. Collaborer avec différents professionnels, échanger des idées, travailler ensemble sur des projets et voir les résultats concrets de nos efforts a été une expérience particulièrement enrichissante. J'ai appris à mieux communiquer, à m'adapter aux autres et à travailler dans un environnement dynamique et stimulant.

Ce stage a renforcé ma confiance en moi et ma motivation à poursuivre dans cette voie.



SOURCES

<https://agence-ptl.fr>

<https://www.instagram.com/agenceptl/>

<https://chatgpt.com>

<https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/entreprise/agence-ptl-communication-ptl-882749336>

<https://www.pappers.fr/entreprise/agence-ptl-communication-882749336>

<https://www.linkedin.com/company/ptl-agence-de-communication-pontissalienne/posts/?feedView=all>

SOMMAIRE

Annexe

I. Missions de Community Management

A. Mise en forme de postes pour Closuria :

B. Rédaction, programmation et publication pour Mont d'Or :

C. Création d'une publication pour l'Agence PTL:

II. Missions de marketing & stratégie de contenu

A. Création de moodboards pour le syndicat Mont d'Or

B. Réalisation d'un newsletter pour le SEO

C. Création de Personas

III. Design et création visuelle

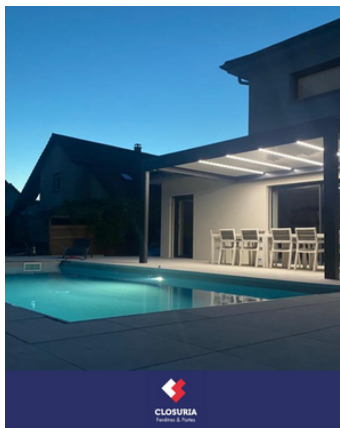
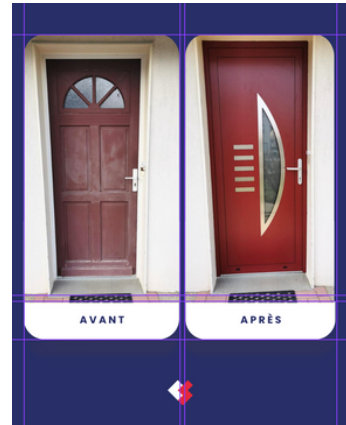
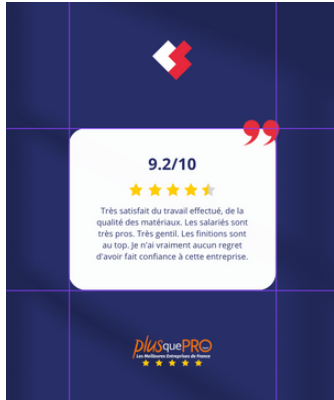
A. Réalisation d'une maquette web sur Canva

IV. Production Audiovisuelle

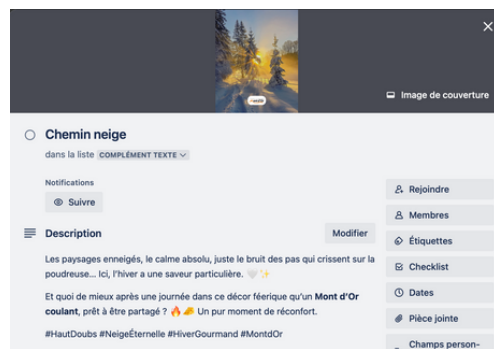
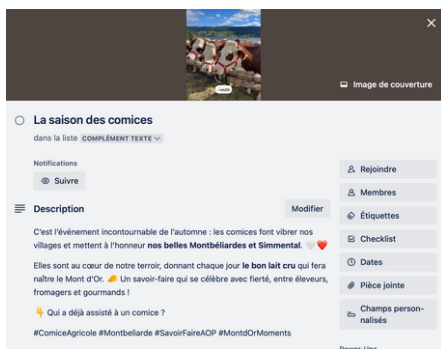
A. Tournage Vidéo pour Coté Appart

I. Missions de Community Management

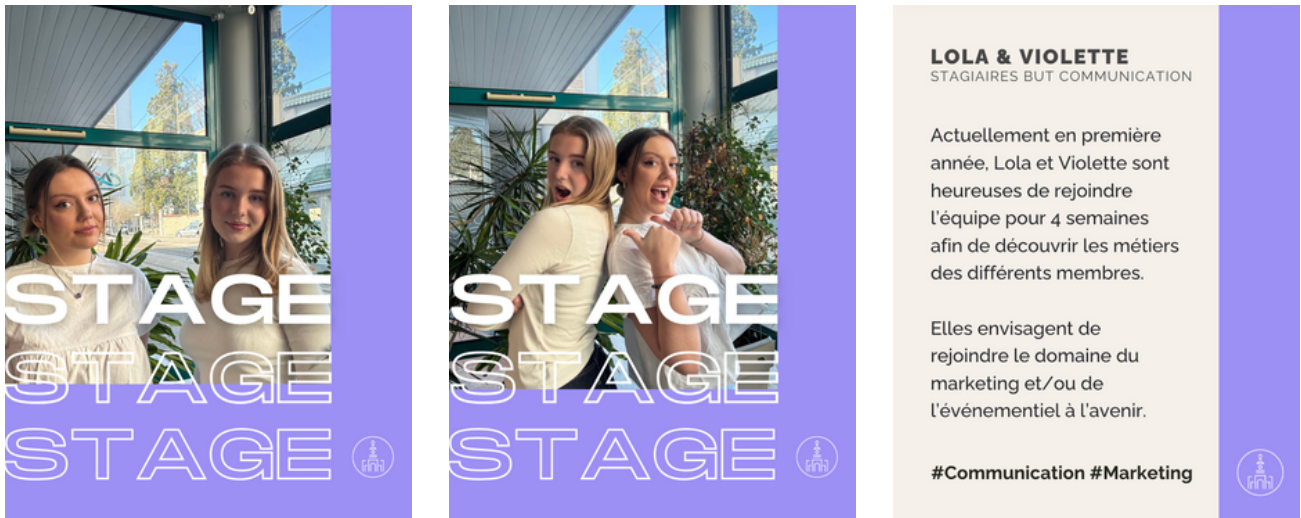
A. Mise en forme de postes pour **Closuria** :



B. Rédaction, programmation et publication pour **Mont d'Or** :



C. Création d'une publication pour l'Agence PTL:



II. Missions de marketing & stratégie de contenu

A. Création de moodboards pour le **syndicat Mont d'Or**



Rapport de stage- Lola Thiebaut



Photo	Thèmes	Segmentation	Lieux	Matériel	Quand
	pique nique bateau /Printemps	MEA	lac	<ul style="list-style-type: none"> • Mont d'or • Bateau • Nappe • verre de vin 	matinée
	Printemps	MEA	lac ou rivière	<ul style="list-style-type: none"> • Mont d'or • Nappe à carreau • petites marguerite • opinel • verre • planche en bois • pain 	matinée/ Mea du produit avec profondeur de champs
	Repas /Printemps	MEA	Champs	<ul style="list-style-type: none"> • Mont d'or • Nappe • planche • pain • couteau • verre de vin • figue • fleur 	midi

Photo	Thèmes	Segmentation	Lieux	Matériel	Quand
	table dressée pour un repas en famille en extérieur	MEA	jardin	table, chaises, set de table, assiettes, couverts, verres, fleurs, nappe en lin,	midi
	repas en cours	MEA	table en extérieur	chaises, pain croquer, couverts, jambon de bayonne, saucisse de morteau, raisin, mont d'or, verre de vin, table ou nappe au couleur de l'été (orange, ajune)	midi, prise en hauteur
	sac de pique nique / printemps	MEA	champs	Panier de pique nique, fleur tournesol, tulipe, raisin, mont d'or, pain, bouteille de vin	midi, prise en hauteur

Photo	Thèmes	Segmentation	Lieux	Matériel	Quand
	automne	MEA	cuisine	mont d'or, patates, cuillères, tables en bois et serviettes	pris de haut sur le coté
	automne	MEA	boite noire	planche en bois, couteau, pain, fond noir, noix	prise de vue sur le coté
	automne	MEA	cuisine	butternut courges, fromages, pommes, pain	prise de haut contre plongée



B. Réalisation d'un newsletter pour le SEO

VOTRE **SEO** EST-IL VRAIMENT EFFICACE ? FAITES LE **TEST** DÈS MAINTENANT !



Le SEO ? Késako ?

Le **SEO** (Search Engine Optimization), ou référencement naturel, regroupe l'ensemble des techniques visant à améliorer le **positionnement** d'un site web sur les moteurs de recherche comme Google.

Les indicateurs clés pour évaluer votre SEO

- **Trafic organique** – Analysez le nombre de visiteurs issus des résultats Google avec Google Analytics et Search Console.
- **Positionnement** – Suivez l'évolution de votre classement sur vos mots-clés stratégiques.
- **Engagement des visiteurs** – Un taux de rebond élevé peut révéler un contenu ou une UX à optimiser.
- **Conversions SEO** – Mesurez combien de visiteurs organiques deviennent prospects ou clients.
- **Backlinks** – Plus vos liens entrants sont de qualité, plus votre site gagne en autorité et en visibilité.



Testez l'efficacité de votre SEO en un clic !

Vous voulez savoir si votre site est bien optimisé pour Google et identifier les axes d'amélioration ?

Nous avons conçu un **audit SEO rapide et gratuit** qui vous donnera une analyse détaillée de vos performances SEO.

Obtenez votre **audit SEO maintenant** – [Votre audit SEO gratuit](#)

Pourquoi l'optimisation SEO est-elle essentielle ?

- ✓ **Plus de visibilité** : 75 % des internautes ne dépassent jamais la première page de Google.
- ✓ **Trafic qualifié et durable** : Contrairement aux annonces payantes, le SEO vous apporte des résultats sur le long terme à moindre coût.
- ✓ **Meilleur taux de conversion** : Des visiteurs qui trouvent votre site naturellement sont plus enclins à acheter.
- ✓ **Un avantage concurrentiel** : Être mieux positionné que vos concurrents vous assure plus de prospects et de clients.



TÉLÉCHARGEZ NOTRE GUIDE EXCLUSIF !

"Les 5 erreurs SEO qui empêchent votre site d'être bien classé et comment les corriger"

📄 Téléchargez votre guide **gratuit dès maintenant** et appliquez nos conseils pour améliorer votre référencement dès aujourd'hui !

[\[LIEN VERS LE TÉLÉCHARGEMENT DU GUIDE\]](#)

Le rôle de PTL – Votre partenaire en marketing et communication 360°

Agence de marketing et communication 360°. PTL vous accompagne dans l'optimisation de votre **référencement**, votre **stratégie digitale** et votre **identité visuelle**. Que vous ayez besoin d'améliorer votre SEO, de développer votre présence en ligne ou de moderniser votre image, nous vous apportons des **solutions adaptées et performantes**.



C. Création de **Personas**

Persona Wizishop offre business

1. Commerçant souhaitant digitaliser son activité:

Entreprise : Boutique physique avec une présence locale forte mais souhaitant se développer en ligne (PME)

Ses objectifs :

- toucher un public plus large voir même à l'international
- augmenter sa notoriété
- avoir un site simple à gérer
- ne pas avoir la nécessité d'avoir des compétences en codage
- boosté les ventes
- Développer une boutique e-commerce avec son image de marque
- Moderniser l'image de l'entreprise et suivre les tendances du digital

Freins:

- manque de temps pour s'occuper du site au quotidien
- craintes sur les coûts des publicités

Pourquoi l'offre Business :

- Solution clé en main avec des outils d'automatisation
- Outils marketing intégrés pour attirer des clients
- Traductions simplifiées grâce à l'IA donc possibilité d'attirer davantage l'international

2. L'auto-entrepreneur qui veut structurer sa boutique en ligne

Entreprise : Auto-entreprise se lançant (TPE)

Ses objectifs :

- Optimiser le référencement pour apparaître sur Google
- boosté ses ventes
- avoir un site simple à gérer
- toucher un public

Freins:

- Manque de budget pour un site sur-mesure
- Difficulté à choisir les bons outils marketing
- Peur de ne pas générer assez de visibilité sur son site

Vidéo tournage

idées:

1) "Votre site e-commerce en 3 étapes"

- > montrant le processus de création avec PTL & WiziShop.
 - Comprendre les besoins du commerçant.
 - Création & Personnalisation
 - Lancement & Accompagnement

2) Votre site e-commerce pour 149€ ?

- « Envie de vendre en ligne ? Faites-le dès aujourd'hui ! »
- Avant/Après d'un site e-commerce, animations rapides.

3) Vidéo storytelling :

Concept : Une mise en scène racontant l'histoire d'un commerçant qui ne s'en sort pas avec son commerce physique avant de réussir grâce à l'e-commerce.

Contenu :

- Marc tient une boutique, mais il voit son chiffre d'affaires stagner.
- Il décide de vendre en ligne mais ne sait pas comment s'y prendre.

- Il découvre l'offre PTL x WiziShop et en quelques jours, il a un site performant.
- Il reçoit ses premières commandes en ligne et son business décolle.
- « Et vous, quand est-ce que vous passez au digital ? »

4) FAQ vidéo: Les 5 questions les plus posées

Concept: Une vidéo où un expert PTL répond aux questions fréquentes.

"Pourquoi digitaliser mon commerce ?"

"Combien de temps ça prend ?"

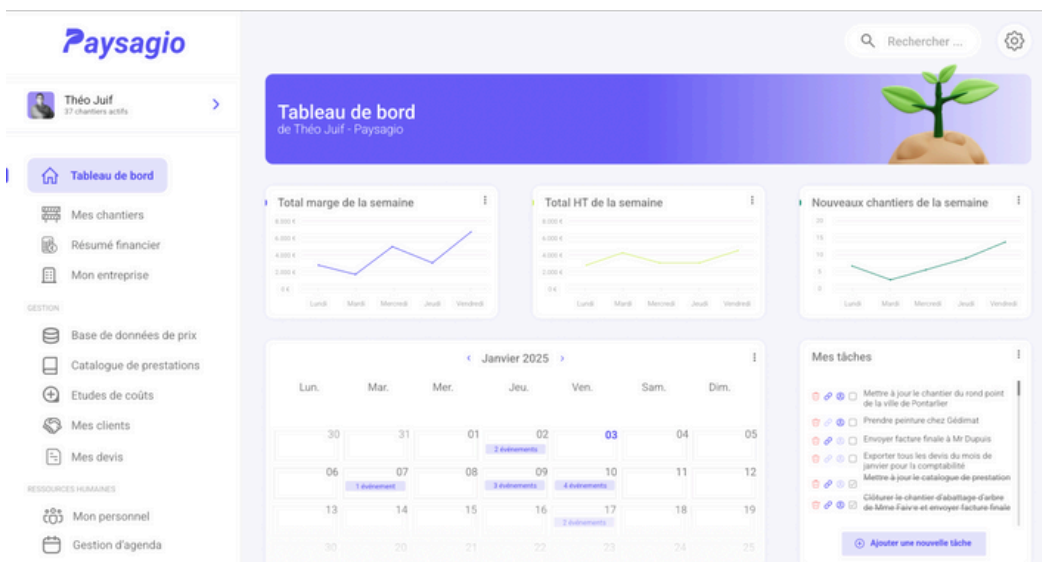
"Est-ce que c'est compliqué à gérer ?"

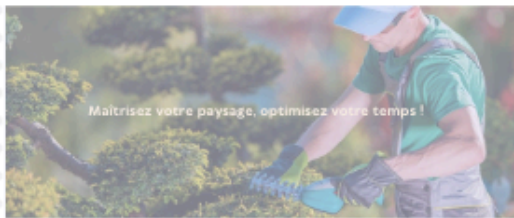
"Quels sont les avantages de WiziShop ?"

"Qu'est-ce que l'offre Business à 149€ comprend ?"

III. Design et création visuelle

A. Réalisation d'une **maquette web** sur Canva





SON UTILISATION



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed non risus. Suspendisse lectus tortor, dignissim sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed non risus. Suspendisse lectus tortor, dignissim sit amet.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed non risus. Suspendisse lectus tortor, dignissim sit amet.

SES FONCTIONNALITÉS

- Agenda**
- Base de données**
- Résumé financier**
- Personnel**
- Clients**

NOS OFFRES

Offre SILVER
89€

- Fonctionnalité 1
- Fonctionnalité 2
- Fonctionnalité 3
- Fonctionnalité 4
- Fonctionnalité 5
- Fonctionnalité 6
- Fonctionnalité 7
- Fonctionnalité 8
- Fonctionnalité 9
- Fonctionnalité 10

[Buy Now](#)

Offre PLATINUM
176€

- Fonctionnalité 1
- Fonctionnalité 2
- Fonctionnalité 3
- Fonctionnalité 4
- Fonctionnalité 5
- Fonctionnalité 6
- Fonctionnalité 7
- Fonctionnalité 8
- Fonctionnalité 9
- Fonctionnalité 10

[Buy Now](#)

Offre GOLD
100€

- Fonctionnalité 1
- Fonctionnalité 2
- Fonctionnalité 3
- Fonctionnalité 4
- Fonctionnalité 5
- Fonctionnalité 6
- Fonctionnalité 7
- Fonctionnalité 8
- Fonctionnalité 9
- Fonctionnalité 10

[Buy Now](#)

VOS AVIS

9.7/10

★★★★★

« Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod... »

10/10

★★★★★

« Ut labore et dolore magna aliqua... »

10/10

★★★★★

« Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco... »

10/10

★★★★★

« Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco... »

Et d'autres encore

IV. Production Audiovisuelle

A. Tournage Vidéo pour **Coté Appart**

BRIEF: TOURNAGE VIDÉO
DATE CIBLE : 28/02/25



SOMMAIRE

I) PRÉSENTATION DES AGENTS

- 1ère vidéo : "Les Agents en Action"
- 2ème vidéo : "1 employé = 1 fun fact"
- 3ème vidéo : Présentation des employés façon "NEXT"
- 4ème vidéo : "Qui est le plus... ?" (Format fun & rapide)

II) PRÉSENTATION DU MÉTIER

- 5ème vidéo : "L'immobilier, vrai ou faux ?"
- 6ème vidéo : "Immobilier en 3 mots"
- 7ème vidéo : "Ce qu'on aimerait dire aux acheteurs / vendeurs"



I) PRÉSENTATION DES AGENTS

2ème vidéo : "1 employé = 1 fun fact"

Concept : Chaque employé partage un fait amusant sur un autre employé.
Style : Léger, humoristique, énergique.
Scénario :

- 20s : Chaque employé dit un fun fact sur un de ses collègues.

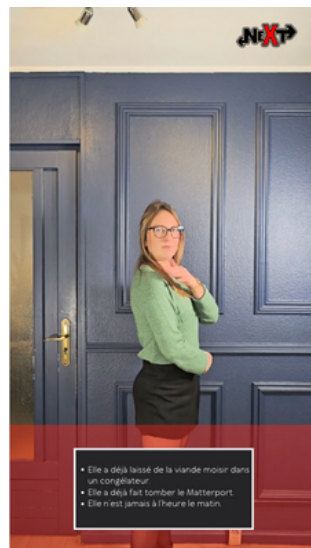

Exemple :

- « Il a vendu mon premier bien en 24h »,
- « Elle reconnaît une bonne affaire en 2 secondes »,
- « Il a déjà visité une maison hantée ».

But : Chaque personne a un fun fact sur une personne différente, afin que chacun puisse être mis en avant durant cette vidéo.

Cliquez sur l'exemple !





PLAN DE TOURNAGE

13h/15h

1 er personne : Laurine -> GESTIONNAIRE DE LOCATION

- Vidéo Qui est le plus : qui a le plus l'esprit d'équipe
- vidéo Next :
 - elle a déjà perdu sa voiture
 - elle est déjà parti à ormand sans avoir pris les clés de l'appartement
 - Elle a essayé d'ouvrir sa voiture avec les clés de sa trottinette.
- différentes réactions : quand les clients sont virulents comment tu gères la situation ?
- Vidéo ce qu'on aimerait dire aux acheteurs / vendeurs :
- agent en action : gestion location
- interview 30s :
 - cuisiner soit-même ou commander à emporter
 - acheter un bien à faible coût ou dans un quartier recherché
 - dormir tard ou se lever tôt
 - grande cuisine ou grande salle de bain
 - sports individuels ou collectifs
 - maison individuelle ou appartement en copropriété
 - city break ou road trip

2 ème personne : Coraline -> GESTIONNAIRE DE LOCATION

- Vidéo Qui est le plus : Qui est la plus fashion
- vidéo Next :
 - elle a déjà laissé de la viande moirée dans un congélateur
 - elle a déjà fait tomber le Matterport
 - elle n'est jamais à l'heure le matin
- différentes réactions : quand un proprio veut louer son bien super chère, alors que ce n'est pas du tout le prix du marché, comment tu gères la situation / quand un proprio

***MERCI de votre
attention :)***



Nombre de mot : 3610