



Hugo MOLARD

RAPPORT DE STAGE

Communication digitale | Agence Karma



SOMMAIRE :

► REMERCIEMENTS.....	02
► INTRODUCTION.....	03
► PROJETS	
■ PRINT.....	05
SOPHIA CONSEIL.....	06
KARMASANTÉ.....	08
■ WEB.....	10
CLINIQUE SAINT-GEORGE.....	11
AGENCE KARMA.....	13
■ SOCIAL MEDIA.....	15
PERLE DE JADE.....	16
CLINIQUE PHENICIA.....	18
■ RÉDACTION WEB.....	20
AGENCE KARMA.....	21
► CONCLUSION.....	23
► ANNEXES.....	25



REMERCIEMENTS :

Je tenais à remercier sincèrement l'agence Karma pour son accueil chaleureux et son ambiance amicale. Ce fût un plaisir de pouvoir travailler avec cette équipe, c'est pourquoi je remercie chaleureusement Jean-Rémy Panel, mon maître de stage, mais aussi Sophie Capelani, Julie Royer, et bien évidemment Karine Mazuir pour avoir cru en mes compétences et pour m'avoir fait vivre cette expérience unique.

Je remercie également David Malsot, pour son écoute et son aide, ainsi que pour tout son enseignement durant mon DUT SRC.



INTRODUCTION

PRÉSENTATION AGENCE KARMA

L'Agence Karma est une agence de communication à 360° située à Nice et possédant un bureau de création à la Colle-sur-Loup. Créée il y a plus de 10 ans par Karine Mazuir, c'est une agence unique sur la Côte d'Azur, reconnue pour sa qualité de service et sa relation clientèle.

Présente sur les activités de communication telles que le design, la relation presse ou encore le web, l'Agence Karma s'est depuis quelques années démarquée dans le secteur de la communication médicale.

L'agence Karma, c'est surtout une agence à taille humaine qui apporte une plus value incommensurable à ses clients, grâce à son expérience et à son approche humaine des projets.

Étant en partenariat avec d'autres entreprises reconnues comme Digital District et avec des créatifs en freelance, l'agence Karma est omniprésente dans le milieu créatif de la profession médicale.

Karma, c'est trois grandes entités réparties par secteur d'activités.



Pôles d'activités de l'agence Karma





INTRODUCTION

PRÉSENTATION AGENCE KARMA

L'équipe Karma est une véritable famille où les valeurs humaines sont omniprésentes. Les collaborations se font avec enthousiasme et la pluridisciplinarité des activités fait de l'agence Karma un lieu d'échange et de convivialité autour du professionnalisme et de la complémentarité.

Les personnes avec lesquelles j'ai le plus échangé sont Jean-Rémy Panel, responsable du pôle web, et également mon maître de stage. Mais aussi Sophie Capelani du pôle print, et Julie Royer du pôle événementiel.

Tous originaires de formations autour de la communication et des NTIC, ces trois jeunes chargés de projets ont su se démarquer en faisant preuve de responsabilité, de dynamisme et de créativité.



Jean-Rémy Panel
Pôle Web



Sophie Capelani
Pôle Print



Julie Royer
Pôle Événementiel



équipe Karma

Mais la base et la clé de voûte de l'agence Karma, c'est bien évidemment Karine Mazuir. Directrice et fondatrice de l'agence Karma, elle est aussi enseignante en communication à l'université de Sophia-Antipolis. C'est elle qui m'a permis de réaliser cette première expérience professionnelle en me donnant le rôle de stagiaire en communication digitale et en webdesign.



PROJETS :

PRINT

SOPHIA CONSEIL . KARMASANTÉ



PRINT > SOPHIA CONSEIL :

Client :

Sophia Conseil est une entreprise d'embauche dans le secteur de l'ingénierie. Elle travaille en partenariat avec de grandes firmes telles que Areva ou Alstom. Le travail demandé ici sera de redéfinir l'identité graphique de Sophia Conseil en concevant un logo retranscrivant les valeurs humaines de l'entreprises tout en ayant un sens mathématique et scientifique.

Mon rôle :

Mon rôle dans ce projet sera de travailler en parallèle avec le Pôle Print pour élaborer un nouveau logo. Tous les outils de créations sont permis, l'objectif principal étant de répondre à la sémiotique de la logotype.

Méthode de travail :

Dans un premier temps il faudra se pencher sur le sens mathématique et scientifique de la logotype. On préférera une recherche globale sur différents principes célèbres, tout en trouvant une manière de les retranscrire graphiquement.

Dans un second temps il faut entreprendre une démarche de création avec différents outils (dessin, croquis, illustrator...etc). Cette méthode de recherche graphique s'inscrira dans une collaboration avec le pôle print, où nous présenterons nos différentes idées. Pour ma part, c'est le Processing Java qui me séduit dans l'idée de concevoir un visuel original crée uniquement à base de variables mathématiques.



Vue de l'interface Processing, incluant le paramétrage des formes.



PRINT > SOPHIA CONSEIL :

Difficultés rencontrées :

Le plus dur est sans doute le fait de trouver un principe scientifique graphiquement déclinable. Ayant oscillé entre le principe chimique du Point Triple de l'eau et le fameux nombre d'or, je me décide finalement à partir dans le design génératif. Et c'est ici qu'une difficulté s'est ajoutée, celle d'utiliser à bon escient le Processing, tout en pouvant justifier son utilisation auprès du reste de l'équipe.

Finalement, le pôle print juge mon idée pertinente et nous décidons d'incorporer cette logotype dans la planche de propositions finale.



Version circulaire polychromatique : Union, Dynamisme,



Version sphérique polychromatique : Solidarité, Communauté

Compétences acquises :

La véritable compétence acquise ici est celle de pouvoir développer son potentiel créatif. De plus, la relation avec le pôle print m'a bien appris le fonctionnement d'une agence pour les collaborations en interne. Personnellement, j'ai également pu en apprendre davantage sur le Generative Design.



PRINT > KARMA SANTÉ

Client :

C'est pour l'Agence Karma qu'il m'a été demandé de réaliser plusieurs visuels de format A4. Ces derniers devront paraître dans le prochain hors-série Stratégies dédié au secteur médical. C'est donc un travail unique et très motivant !

Mon rôle :

Mon rôle dans ce projet est celui de concepteur/graphiste. C'est un rôle assez intéressant qui nécessite cependant beaucoup de réflexion et de compétences dans les outils de création. Je partage ce rôle avec Sophie du Pôle Print durant ce travail.



1ère ébauche



PRINT > KARMA SANTÉ

Méthode de travail :

La démarche à adopter dans ce genre de projet est tout d'abord de veiller à ne pas reproduire un visuel pré-existant, mais aussi celui de concevoir un visuel correspondant aux valeurs de l'entreprise.

Ainsi, les phases d'inspiration et de réflexion sont de mise, notamment sur les slogans et baseline, qui constituent un élément primordial en publicité print. Même si il faut agir avec parcimonie, il ne faut pas hésiter à laisser libre cours à son imagination. Le nombre d'essais se doit d'être important si l'on veut trouver un visuel éloquent et original. La méthode de travail adoptée est donc celle d'une phase de réflexion et de dessin assez longue et très révélatrice en terme de créativité. Il s'en suit une phase où il faut matérialiser ses idées, afin de leur donner forme, mais aussi parfois pour se rendre compte qu'elles ne sont pas si bonnes.

Difficultés rencontrées :

Les difficultés rencontrées pour ce projet sont multiples. D'abord il y a la multitude d'idées à développer, à matérialiser, ce qui est un travail important pour une seule personne. Mais il y a aussi le fait de trouver une idée lumineuse et de pouvoir la transformer en un visuel original. Tant bien même que ce dernier semble correspondre, il faut encore qu'il soit validé par la directrice. Les outils de créations sont également une entrave, paradoxalement. En effet, avec la multitude de logiciels et de ressources photographiques à notre disposition, il est facile de s'éloigner de ses objectifs principaux en voulant en faire trop, ou parfois pas assez.

Compétences acquises :

Pour ce projet, c'est le potentiel créatif qui a été sollicité. Cependant je mettrai un point d'honneur sur le fait de se montrer patient envers soi-même.



Karma santé
L'agence de communication dédiée aux professions médicales

04.93.32.62.79

contact@agencekarma.com

www.karmasante.com



PROJETS :

WEB

SAINT-GEORGE . AGENCE KARMA



WEB > SAINT GEORGE

Client :

La clinique Saint-George est la première clinique de France au classement officiel en terme de prestation de service et en qualité d'accueil et de suivi. Située à Nice, elle est majoritairement constituée des meilleurs chirurgiens français et européens. Le projet ici est la création d'un site web complet incluant une documentation des interventions pratiquées, un annuaire complet des chirurgiens et un système de dossier en ligne pour la patientèle.

Regroupant plus de 239 pages, le site de la clinique Saint-George est à ce jour le projet web le plus conséquent de l'Agence Karma.

Mon rôle :

Mon rôle dans ce projet est celui de créer les pages depuis le backoffice du CMS Wordpress, mais aussi celui d'intégrer le contenu textuel et visuel fourni par l'établissement.

Méthode de travail :

Pour ce projet la méthode de travail suivi a été un suivi à la lettre des demandes du client. Jean-Rémy et moi avons travaillé ensemble de manière complémentaire pour une avancée plus rapide et une répartition plus claire des différentes tâches. L'avantage était que nous avions la possibilité de mesurer parfaitement notre avancée dans le volume conséquent de travail sur le site.



Vue homepage du nouveau site Clinique Saint-George



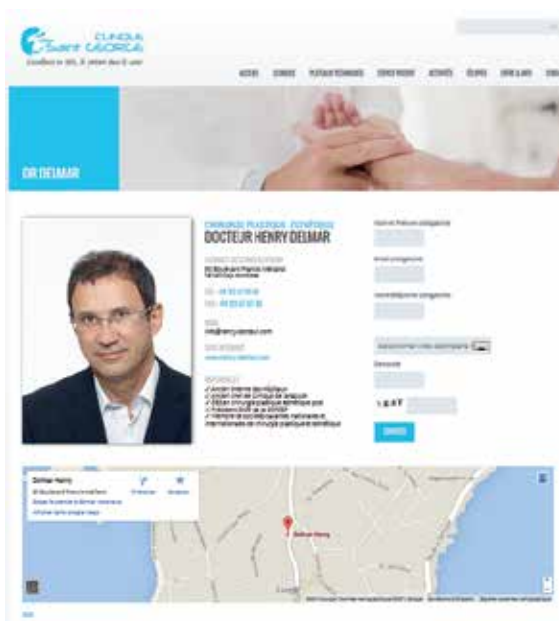
WEB > SAINT GEORGE

Difficultés rencontrées :

La difficulté principale dans ce projet est la présence de tâches rébarbatives et de mises-à-jour nombreuses. L'intégration de contenu est titanesque et demande parfois une relecture assez concise pour ne pas se perdre dans un texte parsemé de vocabulaire spécifique. Il faut donc limiter les erreurs à la base afin d'éviter les mises-à-jour.

Dans un second temps c'est le temps de latence entre les comptes-rendus de mises-à-jour et la réponse client qui a causé un ralentissement du projet dans sa phase finale.

► SÉLECTIONNEZ LA SPÉCIALITÉ DE VOTRE CHOIX :



Compétences acquises :

Ce projet a été bénéfique pour mon sens de l'organisation et pour la répartition des tâches. Le site de la clinique Saint-George a également été un baptême pour moi en terme de gestion massive de contenu sur un CMS de type Wordpress. Que ce soit sur le plan technique ou pratique, j'ai appris à utiliser les outils mis à disposition pour une efficacité optimale. Celle-ci m'a permis de minimiser les risques de pertes de temps, qui peuvent se montrer très coûteuses dans ce genre de projet.



WEB > AGENCE KARMA

Client :

Il ne s'agit pas moins que de l'agence elle-même. Disposant d'un site plutôt obsolète en terme de contenus, d'esthétique et d'optimisation, l'Agence Karma se doit de faire peau neuve.

Le but est ici de recréer une ambiance autour de l'esprit de l'agence Karma, avec un site fluide possédant une identité graphique unique.

Mon rôle :

Mon rôle dans ce projet est celui d'intégrer les pages de contenu tout en optimisant ce qui a déjà été fait. La plus grande partie à réaliser est pour ma part celle des pages «références», où les projets clients les plus originaux sont exposés.



HOME A PROPOS RÔLES ÉQUIPE RÉFÉRENCES ACTUALITÉS CONTACT





WEB > AGENCE KARMA

Méthode de travail :

Pour ce projet qui tient beaucoup à cœur de la directrice, mais aussi à l'équipe entière, l'avancée du site se fait par validation assez régulière. On retrouve un système d'intégration en «flux tendus» afin d'obtenir un contenu adapté à chaque partie. Jean-Rémy et moi même nous donnons un ordre de tâches à faire, allant de la création de mock-up de type «brand content» à la mise en page.

Le site étant l'oeuvre d'une création sous Wordpress, l'intégration de contenu se fait de manière rapide et efficace. Il y a globalement peu de choses à corriger, si ce n'est bien évidemment certains détails, notamment textuels.

Pôle Graphisme

Plus efficace qu'un long discours, votre identité visuelle est le cœur de votre communication : Atteindre les principaux objectifs d'une politique de marque et d'une logotype, définir les principes d'une charte graphique, optimiser l'identité de votre entreprise et décliner son image sur différents supports... De l'étude à la réalisation, notre équipe en veille permanente sur les nouveaux courants stylistiques et ses influences, sait définir votre territoire et positionner de manière impactante vos messages et votre identité visuelle dans son environnement.

Notre studio de design graphique fonctionne comme un laboratoire de tendance... «Il n'y a pas de créativité sans stratégie »... Etudier les styles des tendances actuelles et à venir de notre société, savoir décrypter les thématiques émergentes, anticiper les évolutions, déceler les mouvements et mutations d'une société afin d'appréhender le meilleur positionnement stratégique pour votre communication globale.

Nous générons des concepts, stimulons les tendances, analysons les courants de fond pour proposer une vision projective. Nous saisissons les opportunités qui permettront à une marque, une entreprise, un événement, une campagne de se distinguer pour émerger du lot dans le respect de son message et de son image.

Notre objectif : comprendre les nouveaux codes et l'émergence de nouveaux styles de communication et accompagner la naissance de vos projets d'une expertise professionnelle et projective.

Révélez votre Marque, valorisez votre communication

Exclusivement dédié à l'étude de votre image et de son identité visuelle, notre studio de design graphique vous offre des créations sur mesure pour le graphisme



LOGOTYPE & CHARTE GRAPHIQUE

- Étude de positionnement
- Identité visuelle
- Charte graphique/Logotype
- Packaging produit
- Cahier de style et tendances/Brand Concept

DESIGN GRAPHIQUE & STUDIO PHOTO

- Shooting photo (studio pro)•
- Création de pack Papeterie entreprise•
- Documentation commerciale de l'entreprise•
- Brochures, plaquettes, PLV•
- Maquette et Impression•

SIGNALÉTIQUE & CAMPAGNE

- Campagne publicitaire d'affichage
- Communication événementielle
- Signalétique, Kakemonos
- Car covering
- Etude et création de tout packaging

Compétences apprises :

Dans ce projet, c'est mon sens du détail qui s'est aiguisé. De plus, j'ai appris à donner à des visuels une sémio-tique plus «publicitaire» et davantage vendeuse, pour une image de marque accrue.



PROJETS :

SOCIAL MEDIA

PERLE DE JADE . CLINIQUE PHENICIA



SOCIAL MEDIA : PERLE DE JADE

Perle de Jade est une marque de joaillerie fantaisie qui propose une gamme de bijoux variée. La mission ici était de booster la réputation de Perle de Jade, pour propager une image de marque tout en incitant les actions marketing.

Dans un premier temps la veille a été importante pour trouver l'outil parfait pour cette mission. En regroupant les différentes informations récupérées sur les blogs social media, il m'a été possible d'établir un positionnement et une stratégie de présence en ligne définie.

Le choix de la plateforme de partage a été celui d'Instagram. Proposant plus de 4.07% d'interactions avec les utilisateurs (pour seulement 0.06% pour Facebook), Instagram est aujourd'hui LE réseau des marques à des fins marketing, grâce au rich media.

Schéma de stratégie :



Réseau de partage



Outil d'analyse



Type de contenu



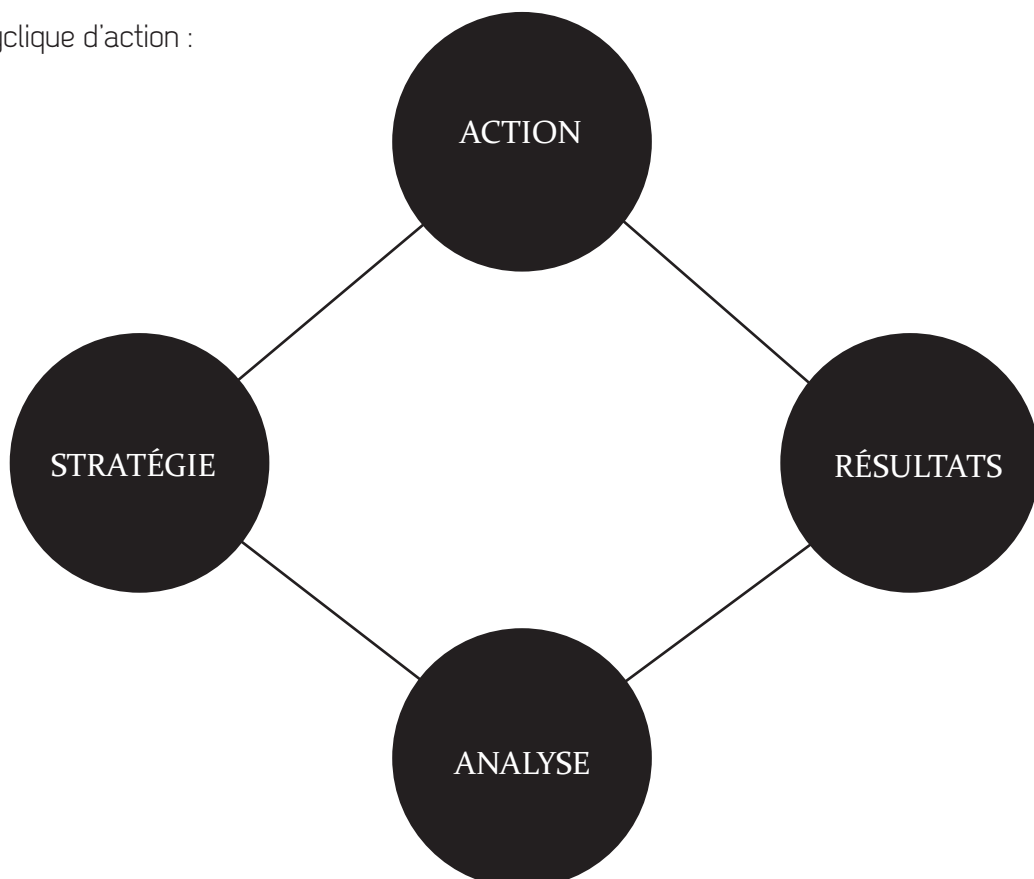
SOCIAL MEDIA : PERLE DE JADE

Après avoir détaillé la stratégie en définissant les buts, les outils, mais aussi les résultats possibles, il a fallut développer une ligne éditoriale.

Cette dernière est basée sur un rich media qui sort du brand content, c'est à dire qu'il est uniquement basé sur la visibilité produit et non pas sur du contenu de marque annexe.

En effet, le but premier est ici d'acquérir une visibilité optimale. C'est pourquoi l'utilisation d'autres éléments que les médias est nécessaire. Ainsi, les hashtags permettront de répertorier les post dans un canal de tendance (ici la mode), les micro liens renforceront le taux de conversion pour la visite du site e-commerce, et les textes et slogans quant à eux appuieront le reste du contenu pour s'inscrire dans une stratégie de mots-clés (exemple ici : le nom d'un modèle de bijou).

Système cyclique d'action :





SOCIAL MEDIA : CLINIQUE PHÉNICIA

La clinique phénicia est un établissement renommé dans la pratique de la chirurgie et de la médecine esthétique. L'agence étant en charge du nouveau site web de l'établissement et de ses créations en supports visuels, je dois donc faire corrélér le tout avec une stratégie de présence en ligne.

La veille se fait sur Facebook et notamment Twitter, où d'autres établissements analogues sont présents.

Les objectifs fixés sont de promouvoir davantage l'aspect standing de l'établissement, tout en faisant la promotion de la qualité des services et des interventions.

Cette promotion en ligne, qui n'est pas sans compter la déontologie du secteur médical, se doit d'être réalisée en utilisant des outils basiques et conventionnels.

C'est pourquoi dans un premier temps c'est la réalisation d'une newsletter qui m'a été confiée. Cette dernière doit en partie réaliser un teasing pour la patientèle, mais également créer un maximum de liens sortants sur le site mère et les réseaux sociaux.

Dans le cas de cette stratégie social media, la newsletter officie en tant que baromètre de l'influence numérique de la clinique. Elle permet ainsi d'établir un schéma représentant la pertinence du contenu en se basant sur les analyses de l'envoi SMTP en traceur. (l'outil d'envoi est ici Sarbacane)



ACCUEILCLINIQUEINTERVENTIONSCONTACT



L'ÉTÉ APPROCHE, SOYEZ PRÊTS !
EN SAVOIR +



Lifting du ventre

Le lifting du ventre est une rétraction cutanée cicatricielle généralement effectuée après une lipoaspiration. Cette pratique permet d'obtenir une surface de peau plus homogène et rajeunie.

Découvrez nos offres Phénicia pour le lifting du ventre ! [Découvrir !](#)

Le lifting du ventre est indiqué :

- Pour corrélér avec une lipoaspiration et obtenir un résultat global davantage convaincant.
- Dans une opération isolée et plus orientée vers les ventres flétris et vergéturés.
- Des micro-lifting du ventres sont possibles, réalisés sur une durée plus courte, ils permettent un résultat sensiblement identique sur une surface de peau plus réduite. L'effet recherché est donc plus ciblé.

ou



Plastie abdominale



La Clinique Phénicia vous proposera très bientôt l'accès à son nouveau site internet, adaptable sur vos supports numériques habituels (smartphone & tablette). Nous vous invitons à rejoindre notre page Facebook pour suivre nos actualités !

www.facebook.com/Clinique_phénicia

Chirurgie Plastique et Esthétique
32 rue de Locarno
13005 Marseille



Se désinscrire+33 4 91 92 12 92contact@cliniquephenicia.com



SOCIAL MEDIA : CLINIQUE PHÉNICIA

Au delà de la charte éditoriale Facebook et de l'animation de la communauté par des visuels et des textes pertinents, le reste de la campagne numérique se fait sur twitter. En suivant un même objectif, les méthodes sont cependant différentes et il faut adopter un nouveau regard sur les utilisateurs.



(interface simulée)

Plan Twitter :



10+ tweets / jour (suivre la charte horaire également)

Longueur de tweet optimisée : 100 caractères (sur les 140 maximum autorisés)

Adopter une canalisation du contenu par l'utilisation de hashtag (le nombre optimal est 2 pour diffuser au mieux son message/contenu)

Les tweets doivent s'inscrire dans une stratégie de storytelling, mais aussi dans une dynamique interactive avec le reste de la twittosphère (followers, comptes officiels, partenaires..)

Le partage de news est également important, il permet d'améliorer la réputation numérique tout en créant des flux d'actualités qui seront plus susceptibles d'être partagées.

La mise en forme classique : URL qui renvoie vers un article, tweet accompagné d'une photo. (Elle peut être déclinée)

Il faut Gérer les relations clients à travers Twitter. Le microblogging est alors vu comme un CRM social.



PROJETS :

RÉDACTION WEB

AGENCE KARMA



RÉDACTION WEB : AGENCE KARMA

C'est pour le nouveau site de l'agence que j'ai dû m'occuper de la rédaction web. La mission principale était de retranscrire les textes de brochures de manière à ce qu'ils participent à l'optimisation SEO du site.

Je n'ai cependant pas été en charge de l'écriture des textes. En effet ma mission était de former brièvement Marie et Léa (stagiaires en DUT Information & Communication) aux règles de rédactions web.

Cette tâche s'est effectuée en trois temps. Premièrement il m'a fallut créer une documentation adaptée pour les rédactrices, en me basant sur mes connaissances personnelles et des exemples fonctionnels.

Dans un second temps, j'ai dû leur présenter l'aspect de la rédaction web en prenant comme contre-exemple celui de la rédaction papier. Et pour finir, il a été nécessaire de superviser la rédaction des textes en suivant les différents caractéristiques qui étaient à maîtriser.

Les trois règles posées se sont articulées autour de l'aspect sémantique des éléments, mais aussi en proposant une campagne de mots-clés AdWords.

Titrage pertinent du contenu

Proportion de mots-clés
dans le contenu textuel

Nomination des éléments médias
(balises img, video...)

Cette trinité expose donc les différents objectifs à apporter au contenu du site pour lui apporter une valeur ajoutée en terme de visibilité, mais aussi en pertinence. Le but global était de faire corrélérer l'identité visuelle du site avec un contenu riche, incitant davantage le partage et les liens sortants, dans un but de visibilité.



CONCLUSION



CONCLUSION :

Ce stage au sein de l'agence Karma a été pour moi un véritable plaisir. La découverte d'une agence pleine de vie avec une forte cohésion a été un élément primordial pour ma première expérience en entreprise. C'est grâce à une équipe qualifiée et à l'écoute que j'ai pu approfondir ma connaissance du monde des agences, tout en perfectionnant mes compétences.

Cette expérience a été pour moi le premier pas vers une amélioration de mon relationnel, que ce soit avec une équipe ou avec un client. Au delà d'un apprentissage des méthodes de travail et des systèmes de fonctionnement en agence, c'est avant tout le côté humain qui s'est vu grandir.

Mais c'est également ma connaissance des outils logiciels et ma curiosité du Web comme la veille social media qui ont été davantage développées.

J'ai pu apprécier les valeurs apprises en SRC, notamment pour le travail en équipe et pour l'implication. J'ai pu ressentir dans ce stage la nécessité de devoir allier la créativité, la responsabilité et la gestion, valeurs primordiales dans notre DUT.

Ce stage a été pour moi une entrée en matière pertinente dans le monde professionnel, et j'ai pu voir mes compétences et mon implication reconnues puisque une embauche m'a été proposée.



ANNEXES

VOCABULAIRE AGENCE



ANNEXES > VOCABULAIRE AGENCE

ReCo : Une ReCo est une recommandation effectuée par l'agence envers son client ou son partenaire sur un projet défini.

BaT : Acronyme de Bon à Tirer, signifiant que le projet Print est validé et qu'il est prêt pour l'envoi à l'imprimeur.

Brand Concept : Le brand concept est une manière de mettre en situation un élément de marque dans un environnement visuel réaliste. (ex : panneau publicitaire, merchandising..)

Storytelling : Le storytelling est une stratégie en communication digitale proposant une structure narrative.



Oscillant entre la gestion de projet web et l'élaboration de stratégie social media, le stage chez Karma a surtout été une aventure humaine où l'apprentissage s'est fait au milieu d'une équipe motivée, dynamique et accueillante. La découverte du milieu de la communication, conjugué à une amélioration des compétences techniques, a fait de cette expérience un véritable enrichissement sur le plan professionnel et personnel

Création . Gestion . Stratégie . Dynamisme . Polyvalence