

Valorisation communication

Créer sa stratégie de communication

WORKSHOP 3 – ECE Projets PPE | PFE

Par *Léa*
GUEZAIS et **Lio**
Sueur.



Crée ton
identité
visuelle

L'identité visuelle te
permet d'être
reconnaissable
auprès de ta cible ●



Couleurs

Rouge
Blanc

Symboles

Bouteille
Formes

Logo

Typographie

Pour créer ton
identité visuelle, tu
as besoin de ...

Couleurs

Couleur(s) principale(s)
Couleur(s) secondaire(s)

Typographie

Police de titres
Police de corps de texte

Logo

Logo couleurs
Logos noir et blanc
Déclinaisons (horizontal,
vertical)

Illustrations

Pictogrammes
Iconographie
Photos
Images
Etc ...

Choisir ses **couleurs**

Colorimétrie, étude des couleurs

Colorimétrie

On n'utilise pas n'importe
quelles couleurs pour
n'importe quel projet !

Choisis donc des
couleurs qui sont en
adéquation avec ton
secteur d'activité.


Notre conseil

Pour ton projet, choisis 3
couleurs **maximum** !

Par exemple 

Une couleur **vive**
Une couleur **sombre**
Une couleur **claire**

Outils

Il existe des générateurs
de palettes de couleurs 

<https://coolors.co/>

<https://color.adobe.com/fr/create/color-wheel>

<https://gradients.app/fr/>

Attention !

Une couleur n'a pas
la même signification en
fonction du secteur d'activité ●

Secteur de l'alimentation
Rouge = gourmandise



Secteur de la santé
Rouge = danger



Choisir ses **couleurs**

Sémiologie, étude des signes | Signification des couleurs

Rouge

Gourmandise, amour, colère, passion, pouvoir, ...

Vert

Nature, vie, chance ou malchance, espoir, ...

Rose

Féminité, douceur, romantisme, naïveté, ...

Bleu

Sagesse, sociabilité, confiance, calme, ...

Violet

Psychologie, spiritualité, mystère, féminisme, ...

Noir

Élégance, luxe, douleur, intemporalité, mystère, ...

Jaune

Positivité, optimisme,, infidélité, jeunesse, ...

Orange

Communication, vitalité, jeunesse, échange, ...

Blanc

Pureté, innocence, élégance, paisible, ...

Gris

Tristesse, solitude, sobriété, modernisme, ...

Marron

Nature, gourmandise, confort, robustesse, ...

Doré / Argenté

Richesse, gloire, luxe, élégance, strass, ...

Choisir sa **typographie**

La police d'écriture

Typographie

Choisis ta **police** en fonction de ta **cible** et ton **secteur d'activité**.

Attention aux polices trop "fancy" qui peuvent être difficiles à lire pour les personnes "dys"
(dyslexiques, dysorthographiques,...)

Notre conseil

Pour ton projet, choisis 2 polices **maximum** !

Par exemple 

Une police pour les **titres**
Une police pour le **corps de texte**

Outils

Il existe des bibliothèques de police 

<https://fonts.google.com/>

<https://fonts.adobe.com/fonts?locale=fr-LU%3Fref>

<https://www.dafont.com/fr/>

Choisir sa **typographie**

La police d'écriture

Police **AVEC** empattement

Classique, institution, tradition, ...

Times New Roman

Georgia

Playfair Display

Lora

Spectral

...

Police **SANS** empattement

Simplicité, modernité, design, ...

Roboto

Arial

Montserrat

Nunito

Lexend

...

Construire son **logo**

Donner une image à sa marque | son projet

Logo

Ton logo est le symbole de ton projet.

Crée ton **logo** en fonction de ton **storytelling** et des **valeurs** que tu souhaites transmettre.


Notre conseil

Pour ton projet, tu peux créer **2 versions de ton logo**, afin que celui-ci s'adapte à toutes les mises en page (portrait/paysage).

Par exemple 

Un logo **vertical**
Un logo **horizontal**

Outils

Il existe des outils pour construire ton logo 

https://www.canva.com/fr_fr/creer/logos/

<https://www.adobe.com/fr/express/create/logo>

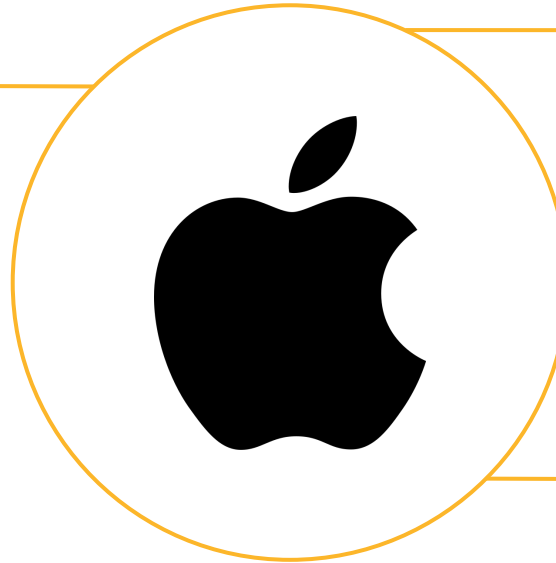
Construire son **logo**

Trouver son symbole | Exemple d'Apple

Le symbole

Pourquoi la pomme ?

Fait référence à la pomme d'Isaac Newton, mathématicien et physicien, à l'origine de la théorie de la gravitation universelle.



Couleurs

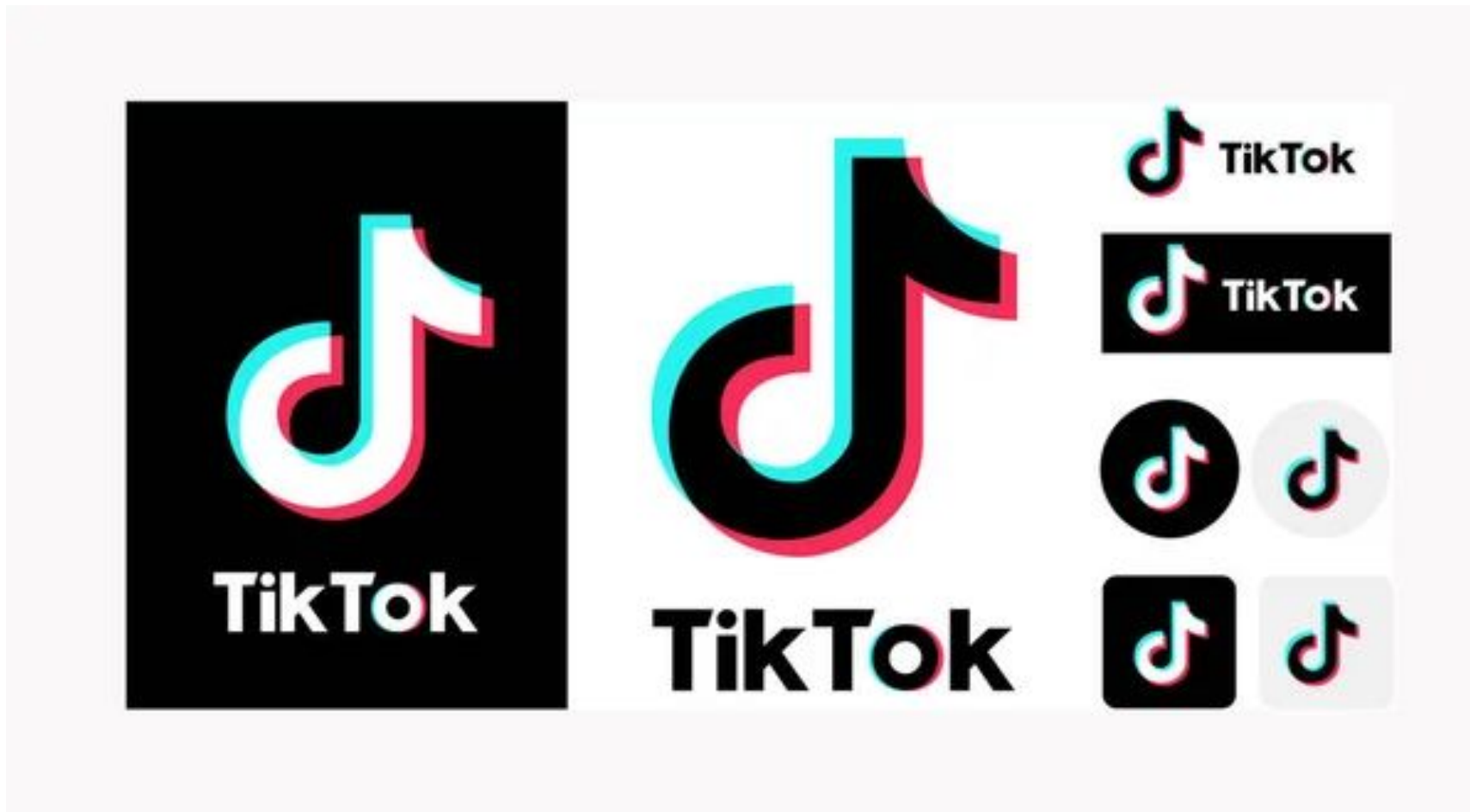
Noir, gris
Sobriété, simplicité

Valeurs

Innovation, design

Construire son **logo**

Décliner son logo | Exemple de Tik Tok




Choisir ses illustrations


Iconographie | Photos et images

Illustrations

Différentes illustrations 

 Photos et images ;

 Illustrations et dessins ;

 Pictogrammes et icônes.


Notre conseil

Toujours utiliser le même style d'images et de pictogrammes !

Photos et images **noir et blanc** ou **colorés** ;

Pictogrammes **colorés** ou **noir et blanc**, avec **contours** ou **pleins**.

Outils

Il existe des banques d'images, d'illustrations et de pictogrammes 

<https://www.pexels.com/fr-fr/>
<https://unsplash.com/fr>
<https://fr.freepik.com/>
<https://www.flaticon.com/fr/>
<https://undraw.co/>

#000000

#757575

#FFFFFF

Typographie

Police de titre et corps de texte ↓

“Dyson Sans”, un dérivé de la police “Futura”, cf <https://www.dyson.fr/fr>

Minimaliste, épurée et **moderne**, reflétant l'**innovation** et la simplicité des produits Dyson. Conçue pour être lisible à toutes les tailles, que ce soit sur des produits, des emballages ou des supports numériques.

Police sans empattement, pour transmettre une image sobre et technique.

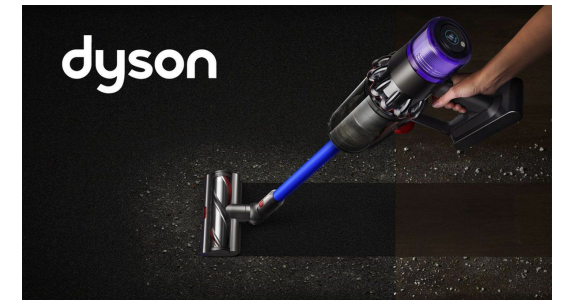
Logo

dyson dyson

Le logo Dyson est une expression de la philosophie de l'entreprise : **minimalisme**, **technologie de pointe** et **design fonctionnel**.

Noir ou gris foncé, symbolisant la **sophistication**, la **technologie** et la **durabilité**.

Illustrations



#000000

#FFFFFF

#FCB629

Typographie

*Police de titre et corps de
texte* ↓

Roboto
Roboto
Roboto

Conçue pour être lisible à toutes les tailles, sur tous nos supports de présentation. Elle permet de mettre en relief les textes avec ses déclinaisons, du plus fin au plus gras.

Nous avons choisi une police sans empattement, pour transmettre une image de modernité.

Logo

Lio
Sueur.

Léa
GUEZAIS

Logos avec nos noms pour notre **personal branding**.

Noir et blanc, symbolisant la **simplicité** et l'**intemporalité**.
Jaune symbolisant la **positivité**.

Illustrations





Crée ton
contenu

En fonction des canaux
choisis, définis comment
tu communique ●

Canal OFFLINE

Thème

De quoi vas-tu parler ?
Quels sont les **thèmes** de prédilection pour ce canal ?

Pour qui exactement ?
Quelle est ton **audience** sur ce canal ?

Format

Quel **format** pour ce canal ?

Photo ? Carousel ?
Infographie ? Vidéo animée ?

Message

Quel **message** veux-tu faire passer via ce canal ?

Quelle est ta "big idea" ?

Points de contact

Quel est ton point de contact avec ton audience ?

Transports ? Espace public ? Télévision ? Boîte aux lettres ? etc...

Support

Quel **support** sur ce canal de communication ?

Livre blanc ? Flyer ?
Affiche ? Goodies ? etc...

Temporalité

Quels sont les **moments** les plus **opportuns** pour parler à ta cible ?

Y a-t-il des **dates clés** ?
Une **saisonnalité** ?

Sujets abordés

De quoi vas-tu parler ?
Quels sont les **thèmes** de prédilection pour ce canal ?

Pour qui exactement ?
Quelle est ton **audience** sur ce canal ?

Media

Quel(s) type(s) de **média** pour ce canal ?

Photo ? Carousel ?
Infographie ? Vidéo courte ? Vidéo longue ?

Texte

Quel(s) type(s) de **textes** pour ce canal ?

Post courts ? Post longs ?
Articles ?

Point de captation

Qu'est-ce qui te permet de capter l'attention de ton audience ?

Par exemple :

👉 sur Instagram, une image bien travaillée
👉 sur LinkedIn, une bonne accroche

Liens et tag

Emailing : Vers qui / quoi veux-tu envoyer ton audience ? Quels liens ou CTA (call to action) ?

Réseaux sociaux : quelles pages / profils veux-tu mentionner ?

Temporalité

Quels sont les **moments** les plus **opportuns** pour parler à ta cible ?

Y a-t-il des **dates clés** ?
Une **saisonnalité** ?

ECN

Q | GUIDE DES RÉSEAUX SOCIAUX

2024

FR

Instagram

Le réseau des créateurs de contenu

Relevés

Formats

Chiffres clés

Audience publicitaire potentielle

25.9 millions

40%

de la population

+7.3%

par rapport à 2023

Répartition par genre

femmes 55%

hommes 45%

7^e app la + téléchargée en 2023

~75% ont moins de 35 ans

Les reels

sont les contenus qui génèrent le plus d'engagement

1.38% en moyenne

Taux d'engagement moyen d'un compte pro : 1.22%

Objectifs

1 Collaborer avec des créateurs de contenu

2 Créer des liens avec un public jeune

3 Créer un univers autour de votre marque

4 Interagir facilement avec votre communauté

Conseils

Montrer votre entreprise en story

Créer du contenu visuel attractif

Utiliser les reels

Communiquer en live

Communiquer au travers d'influenceurs

Top 3 des e-commerçants les plus suivis

Nike 307M abonnés

Zara 61.6M abonnés

Dior 46M abonnés

ecommerce-nation.fr

Outils Instagram

Meta Business Suite

Outil de promotion

+ gérer toutes les activités de votre entreprise

Business Manager

Outil de promotion

Meta Foresight

Outil de stratégie

Opus Clip

Montage Reels

Mojo

Développer votre busines

Inshot

Montage vidéo

Les comptes à suivre

Jacquemus @jacquemus

Disneyland Paris @disneylandparis

Octobre @octobre_editions

Decathlon @decathlonfrance

ECN

Q | GUIDE DES RÉSEAUX SOCIAUX

2024

FR

Threads

L'ascension fulgurante d'un nouveau réseau

Relevés

Formats

Chiffres clés

En février 2024

160 millions d'utilisateurs étaient inscrits sur Threads dans le monde

1 million d'utilisateurs rassemblé en l'espace d'une heure le jour du lancement de l'application

63% ont 24 ans et +

37% ont entre 18 et 24 ans

Conseils

Créer de la proximité avec votre communauté

Publier du contenu régulièrement

Rester à l'affût des dernières nouveautés

Rejoindre des groupes d'intérêt pertinents

Objectifs

1 Améliorer votre e-réputation

2 Interagir avec une cible précise

3 Partager votre expertise

4 Renforcer votre branding

ecommerce-nation.fr

Outils Threads

Later

Planification et gestion

+ automatiser les tâches sociales quotidiennes et transformer les followers en clients

Keyhole

Outil d'analyse

+ surveiller la présence en ligne, rationaliser la gestion des médias sociaux

Les comptes à suivre

Orange 16,7K followers

Aldi France 6 589 followers

Disney Fr 87,3K followers

Brut. Brut 507K followers

Source : E-commerce Nation

Lio SUEUR × Léa GUEZAIS







Évènement

Salon ? Colloque ?
Conférence ? Congrès ?

Indiquer le nom de l'évènement.

Rôle

Que vas-tu faire à cet événement ?

Seras-tu conférencier ?
Exposant ? Participant ?
Es-tu l'organisateur ?

Rencontre

Qui cherches-tu à rencontrer ?

Quels liens cherches-tu à créer ?

Objectif

Que cherches-tu à obtenir à cet événement ?

Notoriété ? Prospects ?
Clients ? Partenaires ?
etc...

Et la suite ?

Avec quoi repart ton audience ?

Contact ? Goodies ?
Flyers ? Livre blanc ? etc...

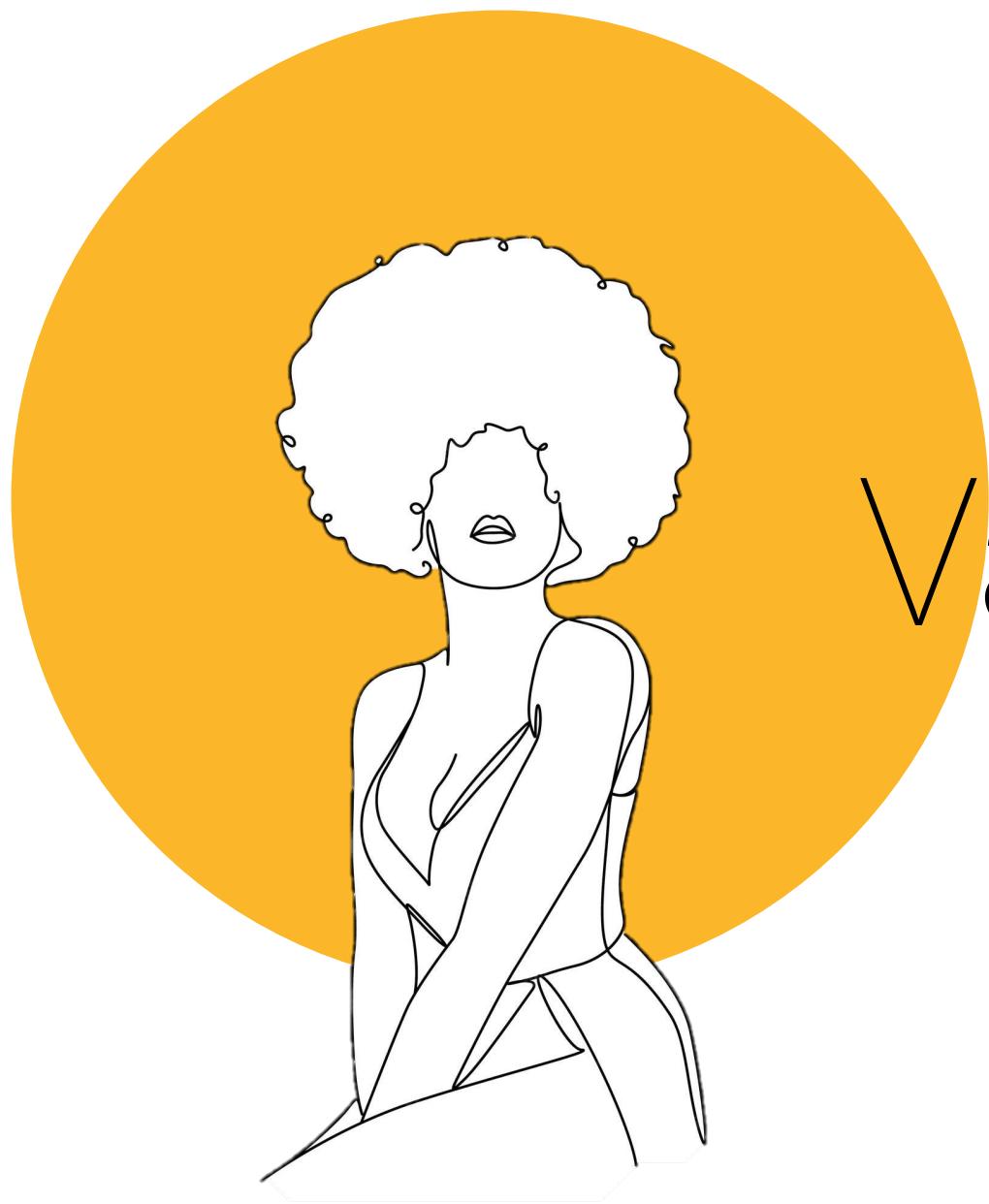
Temporalité

Quelle est la **date** de ton événement ?



En bref

Délivre ton **message**, de la
meilleure **manière**, via le bon
canal à ta **cible**.



valorise-toi

Personal branding

(ou marque personnelle)

Processus de création d'une identité de marque pour une personne.

Exemple de *Nina Ramen*

Identité visuelle

Bannière et photo de profil
Rouge
Fraise


On sait ce qu'elle fait

Son expertise : le copywriting
Elle explicite ses ambitions
Elle montre ses valeurs

Ligne éditoriale définie

Sujets abordés : copywriting,
entrepreneuriat féminin

Ton employé : proximité (»tu «)




L'entrepreneuriat est une prise DE POUVOIR

On aide les **femmes** à
faire croître leur
business

LesEchos Maddyness Femme Actuelle Welcome to the jungle KÖM ÉCLAIREUSES

in

 **RamenTaFraise**

Nina Ramen 🍓 (Ma Fraise) · 2e


CEO de RamenTaFraise – Aider 1M de femmes à construire un business solide – Lauréate Trophée Diversidays 2023

Sujets de prédilection : #business, #linkedin, #marketing, #copywriting et #entrepreneuriat

Paris et périphérie · [Coordonnées](#)

👉 [Rejoindre +14,000 lecteurs](#) ➦

94 504 abonnés · Plus de 500 relations

 **Marion Carneiro** 🧑, **Charlotte Lischer** et 27 relations en commun

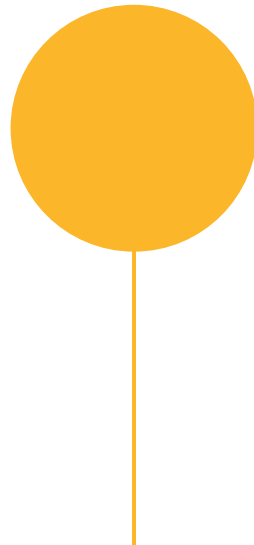
Message

✓ Suivi

Plus

Pourquoi faire du

Personal branding



Avoir un meilleur contrôle sur ta carrière et tes projets.

Te connaître

Qui es-tu ?



Ton personnalité, tes talents et tes objectifs ;

Ton parcours et ton évolution ;

Travailler sur ton syndrome de l'imposteur.

Te faire connaître

Notoriété



Sortir de l'anonymat et être identifiable par les recruteurs et les clients ;

Maîtriser ta communication auprès des acteurs de ton secteur d'activité.

Te faire reconnaître

Networking



Être reconnu.e pour ton expertise par les autres personnes de ton secteur ;

Développer et entretenir une relation durable avec ton réseau.

Comment faire du

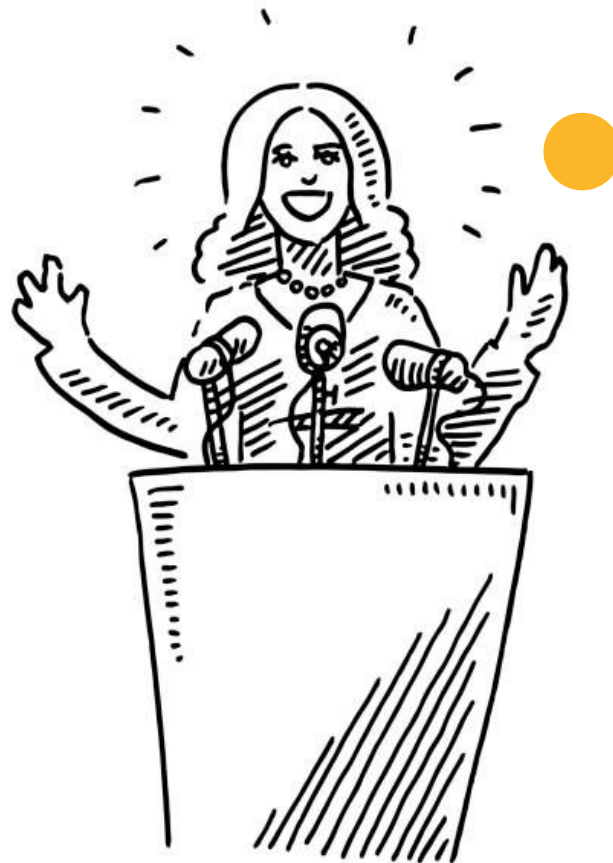
Personal branding



OSE PRENDRE LA PAROLE

OSE PRENDRE LA PAROLE

Mais pour **parler** de quoi ?!





Ce que tu as **appris**

Tes compétences acquises et ton expertise



La **gestion** de ton projet

Tu sais gérer un projet de A à Z



Ton **équipe** de travail

Management et intelligence collective



Prise de parole en public

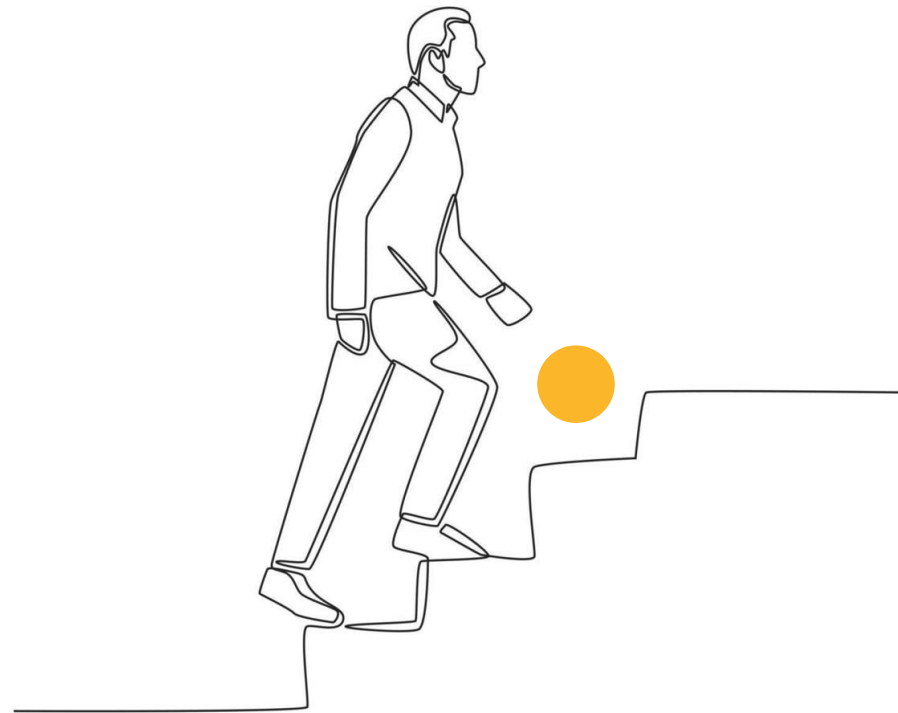
Tu sais présenter ton projet



En bref

Tous les **sujets** qui te
permettent de **te valoriser** ainsi
que **ton projet**.

Next step ?



Crée du contenu et interagis



Lio SUEUR

Visibilité : Tout le monde

🚀 Atelier : La création visuelle en communication 🎨

Comment construire une identité visuelle forte et qui a de l'impact ? C'est la question que nous explorerons lors de notre atelier valorisation communication dédiée aux étudiants en ingénierie de l'**ECE. Ecole d'ingénieurs. Engineering School. !**

Et big up à ma partenaire de choc **Léa Guezais** 🙌

#Design #IdentitéVisuelle #Communication #Workshop #Étudiants



Léa Guezais

1er • Co-fondatrice et CEO d'Hapaulo | Je t'aide à structurer et visibiliser ton projet à impact ! 🌍📢



Post

Programmer un post

ven. 10 nov., 00:30 heure normale d'Europe centrale, selon votre lieu

Date

10/11/2023

Heure

12 h 30 (MATIN)

12 h 00 (MATIN)

12 h 30 (MATIN)

01 h 00 (MATIN)

01 h 30 (MATIN)

02 h 00 (MATIN)

02 h 30 (MATIN)

Retour

Suivant

Ne pas oublier de liker, commenter, partager les post qui t'intéressent !

Lio
Sueur.



Léa
GUEZAIS



Optimise ton profil

Recommandations

Reçues **Données**

Taylor Lupini · 1er
Rédacteur- Chargé de veilles | REDACTION/ ARTICLES/ VEILLES/ RECHERCHES/ INFORMATIONS/ANALYSES
Le 5 novembre 2020, Taylor et Lio ont fréquenté la même école
Lio est une excellente étudiante et une véritable professionnelle de la Communication, elle sait parfaitement gérer et manager son équipe comme il faut. Je vous la recommande vivement !

Perrine Enjolras · 1er
Responsable de la gestion de communauté et des campagnes numériques | Ta partenaire pour faire rayonner ta marque 🇫🇷 à Montréal |
Le 7 septembre 2020, Perrine travaillait avec Lio dans la même équipe
J'ai eu la chance de travailler avec Lio pour ma dernière année d'études en alternance en marketing digital chez thyssenkrupp Home Solutions. J'ai adoré la façon dont nous avons collaboré sur les divers projets. Lio est un vrai atout dans l'équipe et s'adapte parfaitement à différents projets.

Sponsorisé

- Boost Your Productivity
An all-in-one suite to manage people, projects, and everything in between.
- Certification Power BI
Profitez du partenariat Microsoft x DataScientest !
- Google Cloud for startups
We've got you covered for up to \$200k when you start up today. Sign up now.

Demander et faire des recommandations mutuelles entre membres de l'équipe ou à un intervenant.

Ajouter les compétences acquises et votre projet PPE/PFE à votre formation à l'ECE.

Modifier l'expérience

Compétences
Nous vous recommandons d'ajouter les 5 compétences clés que vous utilisez pour ce poste. Elles apparaîtront également dans votre section Compétences.

- X Gestion de projet
- X Pédagogie
- X Formation

[+ Ajouter une compétence](#)

Médias
Ajoutez des médias tels que des images, documents, sites ou présentations. En savoir plus sur les [types de fichiers médias pris en charge](#)

[+ Ajouter un média](#)

Supprimer l'expérience

Enregistrer



En conclusion

Tu dois **communiquer** sur **toi-même**,
comme en utilisant la **même stratégie**
qu'une **marque** ou une **entreprise** ;
en mettant en avant tes **atouts** et ta
valeur ajoutée.

Ce sera d'autant plus important si tu décides de lancer ton projet plus tard.

BONUS : Des ressources pour aller plus loin ...



VIDÉO - Construire son personal branding en 10 étapes
Behind the Skills



PODCAST - Le BOARD Mini-Série
5 épisodes



PODCAST - Slow Marketing
Episode #24

Les **attendus**

Exercice | Evaluation

Construis ton **identité visuelle** ;

Définis les **contenus** que tu pourrais créer sur les canaux précédemment sélectionnés.

BONUS :

Incarnes ton projet et valorise-toi en faisant du **personal branding**.

OU

Réalise une **vidéo** de présentation de ton projet.

Le livrable

Ce que vous devez rendre

Quel est le rendu ?

Document en format PowerPoint ou PDF reprenant tous les attendus depuis le workshop 1, dont l'**elevator pitch** (*cf. templates*).

À qui ?

À envoyer à Léa et Lio par mail (*cf. page suivante*).

Indiquer en objet de mail : **PFE - Valorisation communication ID du groupe**.

Pour quand ?

Au plus tard le vendredi 7 février à 16h00.

Léa
GUEZAIS



Communication engagée
Rédaction web
Prise de parole

lguezais@omnesintervenant.com

07 83 22 38 95

Lio
Sueur.



Communication engagée
Stratégie de marque
Gestion de projet

lsueur@omnesintervenant.com

06 35 42 43 90