

Quand Julie Pâtisse

SALON DE THÉ



Chez Quand Julie Pâtisse
L'atelier

GAUD Sandie
animateur e-commerce

Du 19 février 2018
au 13 avril 2018

Sommaire

INTRODUCTION	2
• LE SECTEUR D'ACTIVITÉ ET MARCHÉ	2
• LA CONCURRENCE	2
• LES PRODUITS ET SERVICES	3
• LES FORCES ET FAIBLESSES	3
ANIMATION DE LA POLITIQUE DE COMMERCIALISATION EN LIGNE	4
• LE BENCHMARK	4
• TABLEAUX DES ALLIANCES	7
• LES LEVIERS WEBMARKETING	8
• LE PLANNING STRATÉGIQUE	9
ANIMATION DES VENTES EN LIGNE	10
• ÉLABORATION ET MISE EN ŒUVRE DE CAMPAGNES DE PROMOTION	10
• ACTIVITÉS DE COMMUNITY MANAGEMENT	11
• PROGRAMMATION	15
• MESURE DE LA SATISFACTION	16
• LES SYSTÈMES DE PAIEMENT	17
• PROGRAMME DE FIDÉLISATION	18
• PROGRAMME DE PARRAINAGE	18
• LOGISTIQUE DE LIVRAISON	18
OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT DU SITE E-COMMERCE	20
• ANIMATION DE LA VISIBILITÉ DU SITE WEB MARCHAND	20
• LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO)	20
• GOOGLE ANALYTICS	22
• LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEA)	23
RÉDACTION ET PRODUCTION DE CONTENUS POUR LE WEB	24
• RÉDACTION DE CONTENUS SÉMANTIQUES	25
• CONCEPTION ET MISE EN PRODUCTION DE SUPPORTS MULTIMÉDIAS	26
• RÉDACTION DE CONTENUS SÉMANTIQUES ATTACHÉS AUX SUPPORTS MULTIMÉDIAS	30
PILOTAGE DE PROJET E-COMMERCE	31
• ORGANISATION DE LA SÉCURITÉ JURIDIQUE DU SITE WEB MARCHAND	31
• ÉLABORATION ET PROPOSITION D'UN CAHIER DES CHARGES	32
CONCLUSION	44

INTRODUCTION

Quand Julie Pâtisse est, à la base, le blog de Julie Alves. Blogueuse culinaire depuis plusieurs années. Ayant obtenu son CAP Pâtisserie en 2015, elle n'a qu'un seul rêve en tête : ouvrir son propre salon de thé. Quand son frère, Xavier, lui propose en 2017 de se lancer avec elle, elle touche son rêve du bout des doigts. Recherches, candidature déposée, concrétisation. Les voilà depuis le 9 décembre les heureux gérants d'un adorable salon de thé au cadre unique. Quand Julie Pâtisse est maintenant un lieu paisible et convivial avec une vue imprenable sur le Jardin des Prébendes d'Oé.

• LE SECTEUR D'ACTIVITÉ ET MARCHÉ

Quand Julie Pâtisse dépend du secteur d'activité de la restauration (salon de thé) dans un marché local (Tours et alentours).

• LA CONCURRENCE

Durant l'élaboration de notre stratégie marketing, nous avons analysé certains de nos concurrents directs du salon de thé Quand Julie Pâtisse. Voici les quatre que nous analyserons davantage dans la seconde partie de ce dossier :

- **EL CAFECITO** : salon de thé, typiquement guatémaltèque, proposant les mêmes services que Quand Julie Pâtisse excepté les cours de cuisine.

Leur site web (vitrine) : <http://www.elcafecito.fr>

Leur page Facebook : <https://www.facebook.com/elcafecitotours>

Leur compte Instagram : https://www.instagram.com/el_cafecito_tours

- **L'INSTANT BOUDOIR** : salon de thé, spécialisé dans les macarons, proposant les mêmes services que Quand Julie Pâtisse excepté le brunch et les cours de cuisine.

Leur site web (vitrine) : <https://www.instantboudoir.fr>

Leur page Facebook : <https://www.facebook.com/instantboudoir>

Leur compte Instagram : <https://www.instagram.com/instantboudoir>

Leur compte Twitter : <https://twitter.com/InstantBoudoir>

- **MYAH CAFÉ** : salon de thé proposant les mêmes services que Quand Julie Pâtisse excepté les cours de cuisine.
Leur site web (vitrine) : <http://www.myahcafe.com/coffee-shop-tours.aspx>
Leur page Facebook : <https://www.facebook.com/myahcafe>
Leur compte Instagram : https://www.instagram.com/myah_cafe/
- **AU RENDEZ-VOUS DU BOTANIQUE** : salon de thé, proposant les mêmes services/produits que Quand Julie Pâtisse, excepté les cours de cuisine.
Leur site web : <https://www.aurendezvousdubotanique.net/>
Leur page Facebook : <https://www.facebook.com/rendezvousdubotanique>

• LES PRODUITS ET SERVICES

Analysons maintenant les produits et services proposés par Julie et Xavier au travers du salon de thé.

Les services :

- Pause petit déjeuner
- Pause déjeuner
- Pause goûter
- Cours de cuisine au salon de thé et à domicile
- Traiteur
- Brunch

Les produits (locaux) :

- Sucrés (gâteaux, cookies, muffins, cupcakes, panacotta, tartes, sablés, crêpes...)
- Salés (pâtes, tartes, salades diverses, croque-monsieur...)
- Boissons chaudes (cafés, thés, chocolats chauds...)
- Boissons froides (locales : La Loère, Loire Cola)

• LES FORCES ET FAIBLESSES

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - la qualité des produits - les tarifs - le temps d'attente - le fait maison - les produits locaux - le lieu / la fréquentation du jardin - à emporter / sur place - les cours de cuisine - le site web - la réservation en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> - société naissante - les horaires du parc - le local / les places restreintes

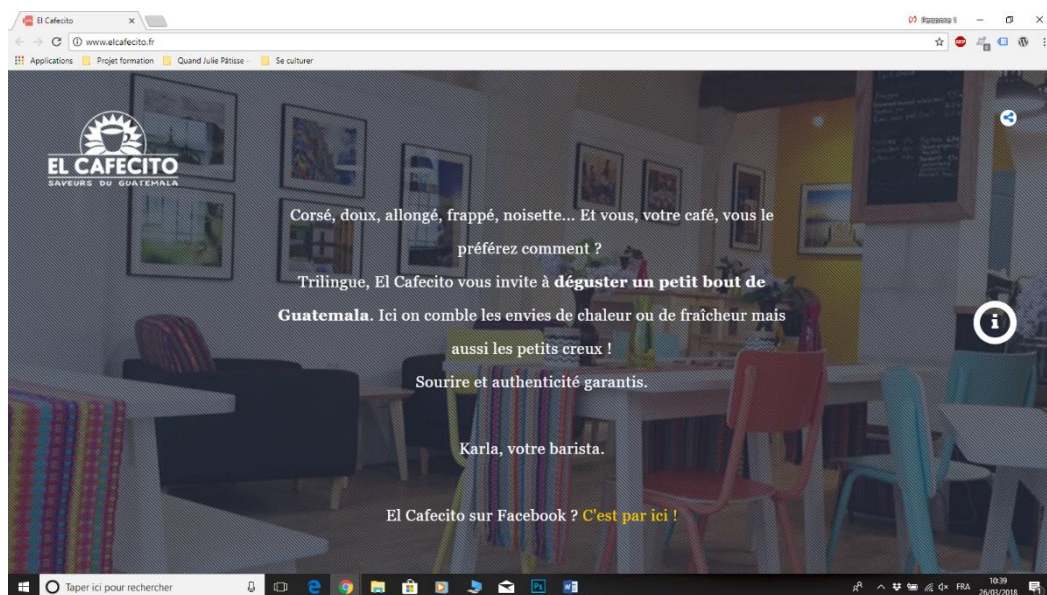
ANIMATION DE LA POLITIQUE DE COMMERCIALISATION EN LIGNE

Mon projet principal lors de ce stage a été d'augmenter le chiffre d'affaires de Quand Julie Pâtisse grâce au site Web (SEA, SEO, emailing), aux réseaux sociaux (SMO) et aux alliances (partenariats).

Pour ce faire, j'ai établi un Benchmark des concurrents principaux de Quand Julie Pâtisse afin de proposer des axes d'améliorations du site Web. J'ai également analysé les alliances mises en place et les leviers webmarketing, et élaboré un planning pour établir la stratégie à mettre en place, sur le site, ainsi que sur les réseaux sociaux.

• LE BENCHMARK

EL CAFECITO



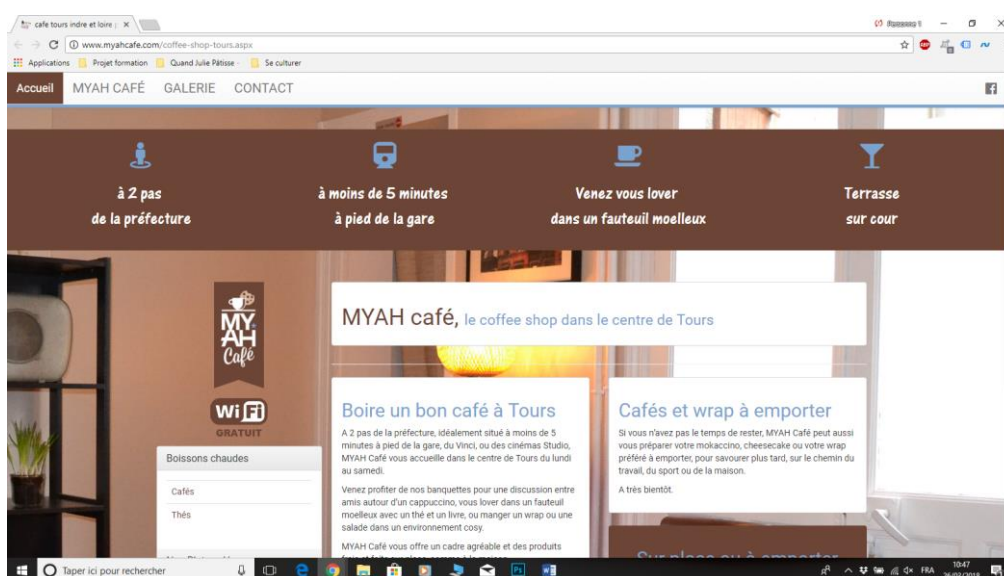
FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- aperçu de l'ambiance cosy / cocooning- envoie directement sur la page Facebook- informations pour inciter à se rendre au salon de thé ou sur la page Facebook pour en savoir plus	<ul style="list-style-type: none">- site vitrine uniquement- manque d'informations (produits et services, prix, localisation...)- pas de cours / réservation en ligne

L'INSTANT BOUDOIR



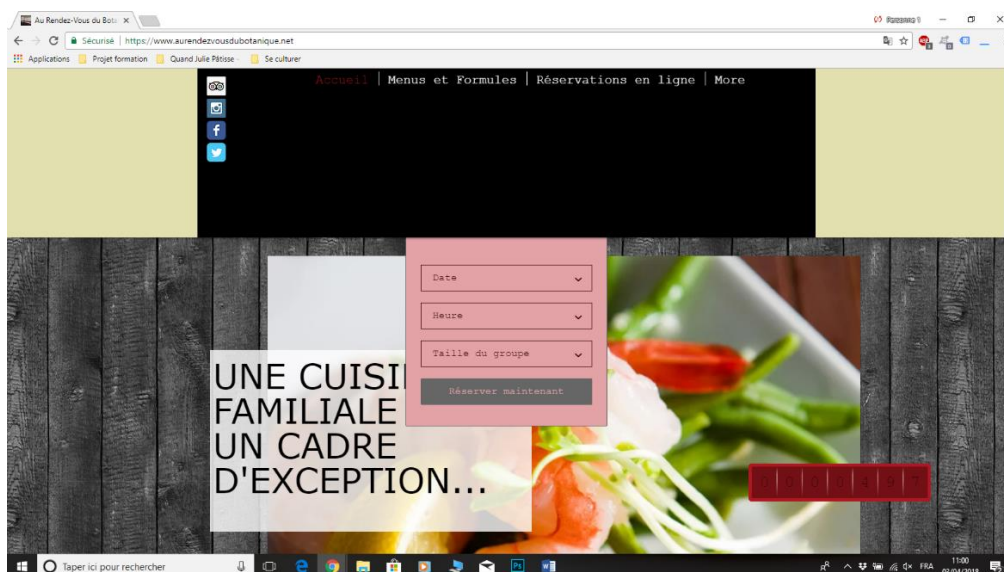
FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - jolis visuels - informations pertinentes faciles à trouver (produits, services, tarifs, contact) - fluidité du site - réseaux sociaux mis en avant 	<ul style="list-style-type: none"> - site vitrine uniquement - pas de cours / réservation en ligne

MYAH CAFÉ



FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - informations pertinentes faciles à trouver dans le header (produits, services, tarifs, contact) 	<ul style="list-style-type: none"> - site vitrine uniquement - pas de cours / réservation en ligne - visuels peu travaillés - site peu organisé

AU RENDEZ-VOUS DU BOTANIQUE





FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - réservation de table en ligne - informations pertinentes faciles à trouver (produits, services, tarifs, contact) - mise à jour régulière 	<ul style="list-style-type: none"> - pas de réservation de cours en ligne - pas de visuel / peu travaillé - site peu organisé - réseaux sociaux mal redirigés - chargement des pages lent



• TABLEAUX DES ALLIANCES

Quand Julie Pâtisse est en collaboration avec diverses entreprises, telle que la blogueuse Bien Manger Avec Lydie et La Laiterie de Verneuil. Sous forme de tableaux des alliances, je vous présente les objectifs et la stratégie de chacun lors de ces collaborations.

Concernant la blogueuse Bien Manger Avec Lydie, il s'agit de la mise à disposition d'une partie des locaux de Quand Julie Pâtisse afin de donner des cours de cuisine une fois par mois.

	BIEN MANGER AVEC LYDIE	
		
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - augmenter son chiffre d'affaires - augmenter sa visibilité - augmenter ses réservations en ligne - attirer une nouvelle clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> - augmenter son chiffre d'affaires - avoir des locaux à disposition - augmenter sa visibilité locale - nouvelle expérience
STRATÉGIE	<ul style="list-style-type: none"> - laisser une partie de ses locaux une fois par mois - communiquer sur les réseaux sociaux - mise en ligne de la réservation sur son site Web 	<ul style="list-style-type: none"> - communiquer sur les réseaux sociaux - inciter ses abonnés à réserver les cours

Concernant la Laiterie de Verneuil, qui est une entreprise locale, il s'agit d'un échange de produits afin que Quand Julie Pâtisse réalise des recettes avec leurs produits.

	LAITERIE DE VERNEUIL	
		
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - augmenter sa visibilité - obtenir des produits sans échange financier 	<ul style="list-style-type: none"> - augmenter leur visibilité - création de contenu (recettes + photos)
STRATÉGIE	<ul style="list-style-type: none"> - écriture de recettes pour la Laiterie de Verneuil - faire des photos produits + recettes terminées - partage sur les réseaux sociaux + blog 	<ul style="list-style-type: none"> - fournir les produits pour les recettes / photos - partage sur les réseaux sociaux

• LES LEVIERS WEBMARKETING

J'ai également analysé les leviers webmarketing envisageables pour la stratégie de Quand Julie Pâtisse. Je vais vous les énoncer ici, mais nous reviendrons dessus dans les prochaines parties de ce dossier.

- ❖ SMO (réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Pinterest)
- ❖ SEO (backlinks)
- ❖ SEA (campagne Google Adwords)
- ❖ E-mailing (newsletter)
- ❖ Content marketing (rédaction de contenus Web)
- ❖ Partenariats
- ❖ Jeux-concours (instagram)

• LE PLANNING STRATÉGIQUE

J'ai réalisé lors de ma période de stage un planning stratégique en collaboration avec Julie et Xavier. Les évènements à venir, les collaborations mises en place, les réseaux sociaux ou encore les médias utilisés. Avec une organisation précise chaque semaine grâce à divers plannings Trello. Mais voici le planning stratégique principal :

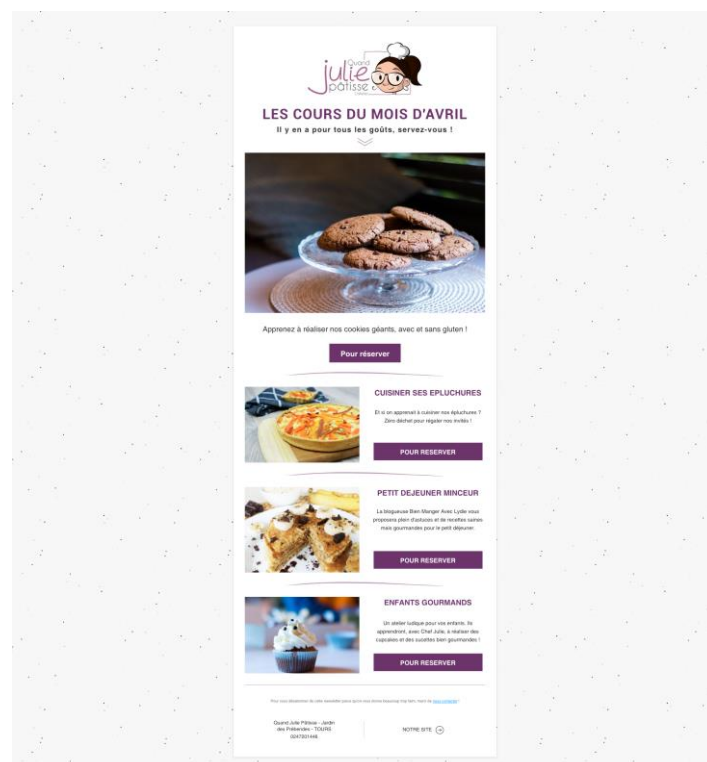
ACTIONS/MOIS	FEVRIER				MARS				AVRIL			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
RÉSEAUX SOCIAUX												
Facebook (poster à chaque évènement / atelier + veille)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Instagram (poster le lundi, mercredi, vendredi, samedi, dimanche + veille)			X		X	X	X	X	X	X	X	X
Pinterest (poster une fois par semaine : le lundi + veille)							X		X	X	X	X
PARTENARIATS												
Bien Manger Avec Lydie (un cours par mois dans le salon de thé)					X				X			
La laiterie de Verneuil (livraison d'ingrédients une fois par mois en échange de recettes)	X				X				X			
ÉVÈNEMENTS												
Brunch (chaque dimanche)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ateliers (culinaires et créatifs chaque samedi matin)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
TÉLÉVISION												
TV Tours (une fois par mois présentation de recettes disponible au salon de thé)	X				X				X			

ANIMATION DES VENTES EN LIGNE

A mon arrivée chez Quand Julie Pâtisse, j'ai mis en place la réservation d'ateliers en ligne. Par la suite j'ai proposé des moyens de paiement sur <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/>, préparé et envoyé un e-mailing, proposé des actions de fidélisation et je me suis occupée des activités de Community Management. Dans cette partie je vais vous présenter l'animation des ventes en ligne de Quand Julie Pâtisse.

- ÉLABORATION ET MISE EN ŒUVRE DE CAMPAGNES DE PROMOTION

J'ai proposé à Julie et Xavier une campagne d'e-mailing pour le mois d'avril, afin de mettre en avant les cours de cuisine du mois. J'ai utilisé l'outil intégré au CMS Wix qui permet une personnalisation intégrale de l'e-mailing (insertion de photos et de liens, choix des typographies et des couleurs, mise en place des zones de textes...). Nous avons fait le choix de mettre en avant l'un des cours les plus demandés par les clients du salon de thé et de rediriger vers la réservation en ligne de chaque atelier.



Pour accéder à cet e-mailing : <https://lc.cx/WkUf>

J'ai également conseillé, tout en leur expliquant comment faire, à Julie et Xavier d'envoyer ce même e-mailing avec leurs nouveaux ateliers chaque début de moi. Tout en essayant différents horaires, afin d'analyser le taux d'ouverture et les statistiques de réservation en ligne (ou par téléphone).

Sur le CMS Wix il est très facile de connaître les statistiques principales de chaque e-mailing. Voici les statistiques de celui présenté juste au-dessus sur une base de 188 abonnés à la newsletter :



Nous avons aussi prévu la mise en place d'une newsletter informative, afin de présenter chaque semaine/mois les nouveautés du salon de thé (plats à la carte, boissons, évènements autres que les cours, nouveaux horaires, nouveaux produits...).

• ACTIVITÉS DE COMMUNITY MANAGEMENT

Lors de mes quelques semaines passées chez Quand Julie Pâtisse, j'ai eu l'occasion de mettre en pratique mes compétences en Community Management afin d'accroître les ventes en ligne, mais également afin de faire évoluer la visibilité du salon de thé. Je suis très à l'aise pour la communication par les réseaux sociaux, Julie et Xavier m'ont accordé leur confiance et transmis les accès pour cela.

INSTAGRAM

Après entretien, ils souhaitaient créer le compte Instagram du salon de thé afin qu'il soit enfin dissocié du compte lié au blog personnel de Julie, Quand Julie Pâtisse. Il permet de séparer les deux activités de Julie et les rendre bien distinctes pour ses abonnés et leurs clients. J'ai créé le compte Instagram @quandjuliepatisse_latelier le 21 février et installé un planning Trello pour respecter (plus ou moins, selon les

événements et la demande de Julie et Xavier) un planning stratégique de publication. Je me suis chargée de chaque publication durant ma période de stage et de formation.

Voici le compte Instagram qui compte aujourd'hui **630 abonnés** :

https://www.instagram.com/quandjuliepatisse_latelier/

Exemple d'une publication Instagram ainsi que les statistiques qui l'accompagnent : pour la mise en avant d'un atelier culinaire disponible à la réservation sur le site internet.



Exemple d'une story Instagram et son nombre de vues : pour les ateliers du mois d'avril.



PINTEREST

J'ai également voulu être force de proposition et ai amené Pinterest dans la conversation en tant que réseau secondaire. Pinterest étant un réseau social visuel et en majorité féminin, les pâtisseries et la beauté du lieu se prêtaient à cela. J'ai mis en place leur compte le 3 avril, créé plusieurs tableaux et plus particulièrement le tableau du salon de thé pour partager leurs photos et leurs créations/nouveautés. Le planning stratégique est très ressemblant à celui d'Instagram puisqu'il s'agit de partager leurs photos dans le tableau destiné à cela. Mais je me suis également chargée d'alimenter ce compte en épinclant diverses photos en lien avec la cuisine dans de nombreux tableaux d'inspirations.

Voici le compte Pinterest : <https://www.pinterest.fr/quandjuliepatisselatelier/>

Exemple d'une publication Pinterest : avec description et le lien pour rediriger vers le site internet.

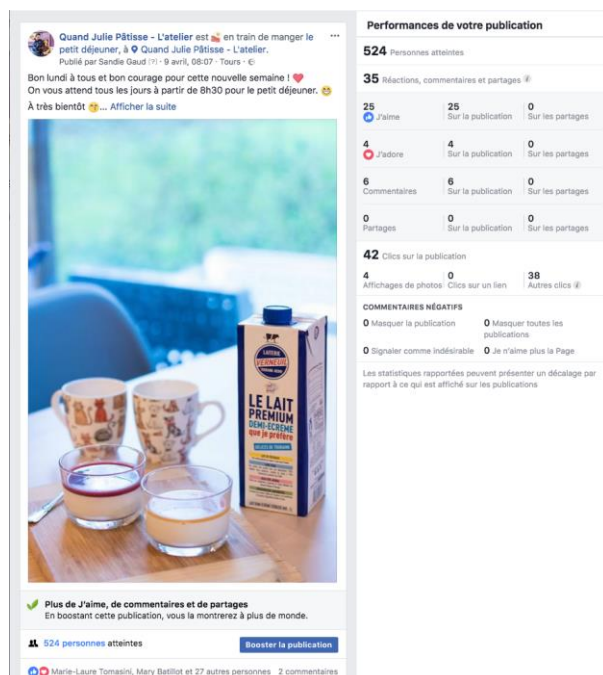


FACEBOOK

Enfin, Julie et Xavier avaient déjà la page Facebook liée au salon de thé. Je leur ai proposé un planning sur Trello en fonction des ateliers prévus et créé quelques posts Facebook. Julie qui a l'habitude de gérer ce réseau continuait à l'alimenter comme elle le souhaitait. Mais je tenais à les conseiller tout de même afin d'accroître la visibilité des ateliers en ligne. J'ai également eu la possibilité de créer deux publications sponsorisées, l'une pour la mise en avant d'un atelier et l'autre pour la mise en place de l'e-mailing / newsletter.

Voici leur page Facebook qui compte aujourd'hui **672 fans (contre 456 à mon arrivée)** : <https://www.facebook.com/latelierquandjuliepatisse/>

Exemple d'une publication Facebook ainsi que les statistiques qui l'accompagnent : dans le cadre du partenariat avec la Laiterie de Verneuil.

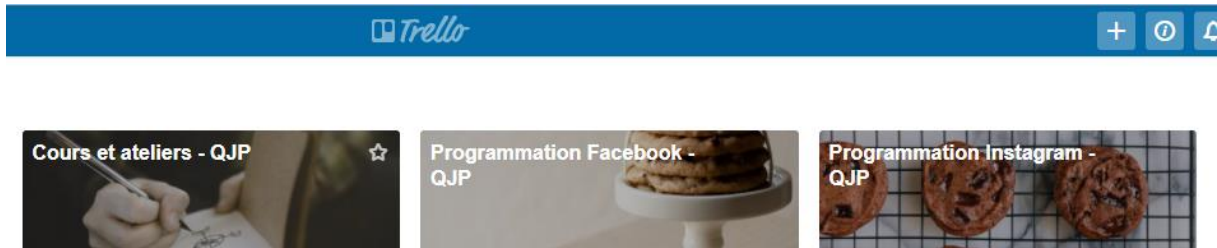


Exemple d'une publication Facebook sponsorisée : pour la création et la mise en avant de l'e-mailing / newsletter.

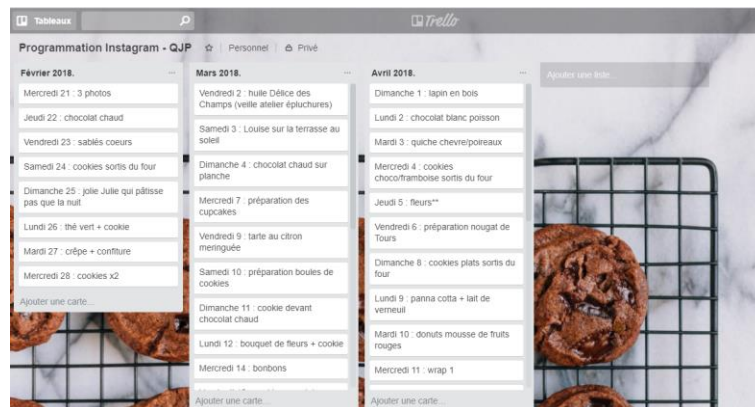


• PROGRAMMATION

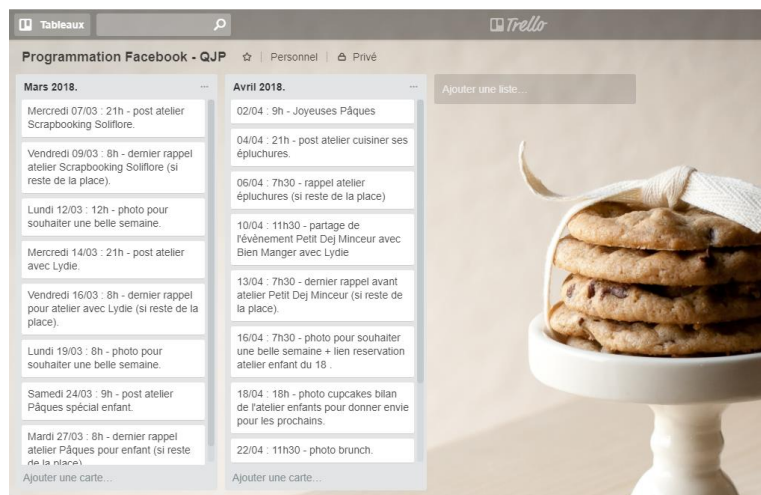
Comme je le disais ci-dessus, la programmation est une étape clé des réseaux sociaux. Même s'il ne faut pas oublier la spontanéité qui reste importante pour les lecteurs/clients de l'autre côté de l'écran. J'ai proposé à Julie et Xavier des plannings Trello pour les publications Instagram et Facebook, qui ont été validés et auxquels j'ai ajouté Julie pour le suivi. Ils sont, dans l'ensemble, mis à jour régulièrement par Julie et moi-même.



Voici le planning Trello pour Instagram :

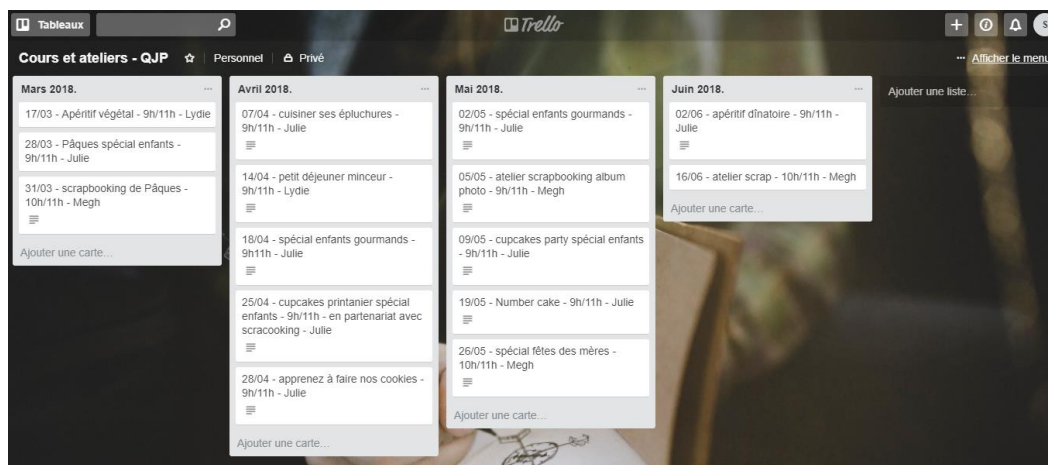


Voici le planning Trello pour Facebook :



Aussi, pour la planification des publications sur les réseaux sociaux ainsi que pour la mise en ligne, nous avons créé un planning pour les ateliers à venir au salon de thé. Cela nous permet d'adapter nos publications en fonction de cela pour ainsi promouvoir les prochains ateliers et animer les ventes en ligne.

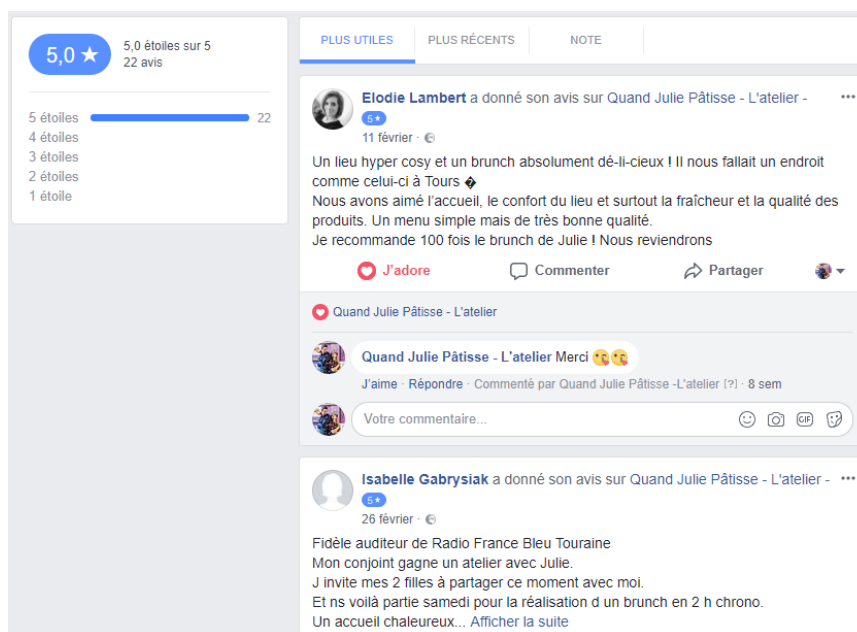
Voici le planning Trello des ateliers à venir :



• MESURE DE LA SATISFACTION

Pour mesurer la satisfaction des clients, nous suivons avec assiduité les avis laissés par les clients sur Facebook et sur Google. Lors de ma présence, j'ai apporté une réponse à chaque client, que l'avis soit positif ou négatif. Mais même sans ma présence, Julie et Xavier sont vigilants et prennent régulièrement le temps de vérifier et de répondre dès que possible.

Voici les avis Facebook :



Voici les avis Google :

Quand Julie Pâtisse

Jardin des prébendes d'oe, 54 rue Roger Salengro, Tours

[Donner un avis](#)

5,0 ★★★★★ 7 avis

Trier par : Les plus utiles ▼



Elora Charasson

1 avis

★★★★★ il y a 3 mois

Lieu très sympathique, déco au top, une carte qui fait rêver et qui change très régulièrement! Les gérants sont très accueillants et souriants, on s'y sent comme à la maison! Mention spéciale à la charlotte poire/chocolat!!

On reviendra souvent c'est sûr! ;)



1

Réponse du propriétaire il y a 2 minutes

Merci beaucoup Elora pour cet adorable avis, cela nous touche sincèrement !

On vous attend de nouveau avec plaisir et nous espérons que vous continuerez de vous y sentir comme à la maison ! :)

A très bientôt !!

Julie et Xavier



Modifier



laurent dutheil

Local Guide · 10 avis · 25 photos

★★★★★ il y a 2 mois

Parce que c'est bon parce que c'est un plaisir de venir parce que l'équipe est top !!

• LES SYSTÈMES DE PAIEMENT

Lorsque je suis arrivée chez Quand Julie Pâtisse le site était encore en construction. Ce qui m'a permis de découvrir le CMS Wix que je ne connaissais pas. J'ai eu la chance de mettre en place par moi-même la réservation et le paiement en ligne. Julie et Xavier souhaitaient des moyens de paiement simples et efficaces. Nous n'avons pas fait appel à un partenaire financier mais avons activé les fournisseurs Stripe et PayPal. Ils sont faciles d'utilisation autant pour le client que pour Julie et Xavier.

• PROGRAMME DE FIDÉLISATION

Je n'ai pu mettre de programme de fidélisation en place sur le site marchand de Quand Julie Pâtisse. Cependant, je leur ai proposé un système de fidélité en réel. Dans les semaines à venir, Julie et Xavier auront en leur possession des cartes de fidélité afin de remercier leurs clients les plus réguliers et d'inciter les moins réguliers à venir de nouveau.

• PROGRAMME DE PARRAINAGE

À ce jour, aucun programme de parrainage n'a été mis en place. J'ai tout de même soumis à Julie et Xavier l'idée d'un système de parrainage pour les cours de cuisine. L'idée serait d'assister à un premier cours de cuisine et qu'ensuite chaque personne assistant à un cours de la part de cette personne bénéficierait d'un pourcentage sur l'atelier, et en ferait également bénéficier son parrain. C'est en cours de réflexion de la part de Julie, qui s'occupe des ateliers culinaires. Affaire à suivre !

• LOGISTIQUE DE LIVRAISON

Je n'ai pas étudié la logistique de livraison chez Julie et Xavier étant donné qu'ils ne livrent aucun produit pour le moment. (Nouveautés à venir avec livraison.) Par contre j'ai mis en place les mails automatiques à la réservation, ainsi que les mails de rappels la veille de l'atelier. Et les mails d'annulation si besoin.

Le mail de confirmation

[TEST] Bravo pour votre réservation !



Quand Julie Pâtisse <appointments@wixbookings.com>
Aujourd'hui, 09:48
Vous ↗



↳ Répondre | ▼

Bonjour,

Et merci d'avoir réservé chez nous !
Nous avons hâte de vous rencontrer lors de cet atelier.

Pour toutes questions ou si vous souhaitez plus de détails, n'hésitez pas à nous contacter par mail à quandjuliepatisse@outlook.fr ou par téléphone au 0247201446.

À bientôt !

Julie et Xavier
Quand Julie Pâtisse

En voici les détails :

[SERVICE NAME] avec Lydie Bien Manger avec Lydie
Quand: 11 avr., 2018 à 09h48 (GMT +02:00)
Où: [LOCATION]
Prix: [PRICE]
Numéro de téléphone: 02 47 20 14 46

Pour des annulations, merci de nous prévenir 72h à l'avance.

Le mail de rappel

[TEST]Petit rappel !



Quand Julie Pâtisse <appointments@wixbookings.com>

Aujourd'hui, 09:59

Vous



Répondre |

Bonjour,

Nous vous attendons demain pour notre atelier.

Pour toutes questions ou besoins d'informations complémentaires, n'hésitez pas à nous contacter par mail à quandjuliepatisse@outlook.fr ou par téléphone au 0247201446.

À bientôt !

Julie et Xavier
Quand Julie Pâtisse

En voici les détails :

[SERVICE NAME] avec Lydie Bien Manger avec Lydie

Quand: 11 avr., 2018 à 09h59 (GMT +02:00)

Où: [LOCATION]

Numéro de téléphone: 02 47 20 14 46

Le mail d'annulation

[TEST]Toutes nos excuses, les plus sincères.



Quand Julie Pâtisse <appointments@wixbookings.com>

Aujourd'hui, 10:09

Vous



Répondre |

Bonjour,

Nous vous informons que l'atelier suivant a été annulé.

N'hésitez pas à nous joindre par téléphone au 0247201446 en cas de questions et veuillez nous excuser pour la gêne occasionnée.

A bientôt,

Julie et Xavier
Quand Julie Pâtisse
Petit déjeuner minceur 9h-11h [14/04/18
14 avril, 2018 à 09h00

OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT DU SITE E-COMMERCE

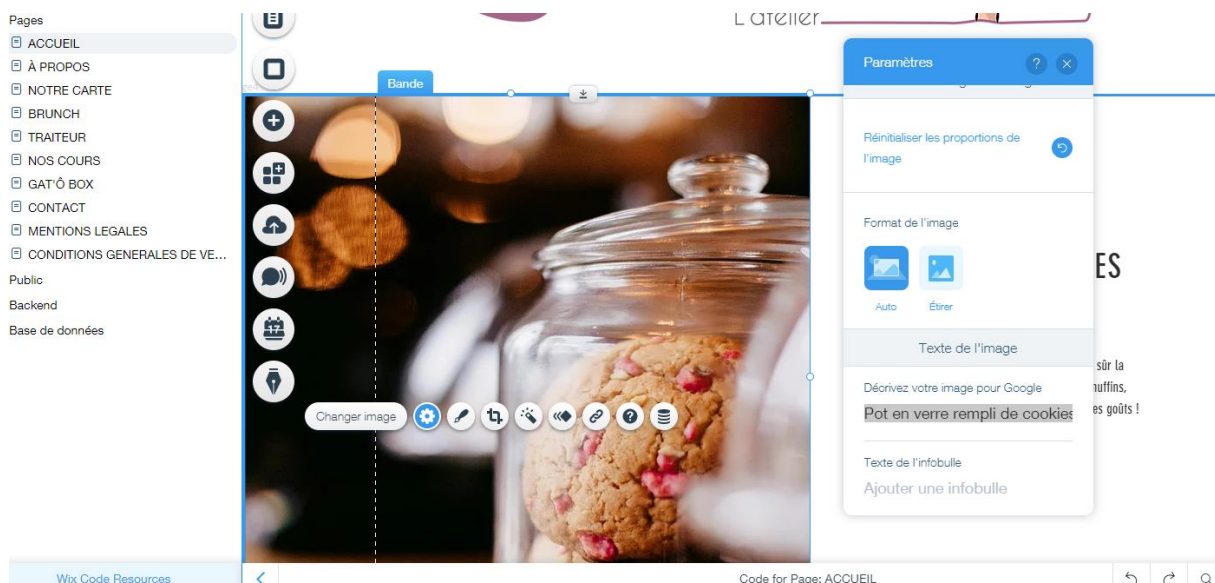
Le référencement est indispensable de nos jours, il est l'une des armes les plus importantes afin d'être visible sur le Web. À mon arrivée chez Quand Julie Pâtisse, j'ai repris la main sur le site e-commerce en mettant en place la réservation en ligne et les moyens de paiement. J'ai également, dans mon temps imparti, travaillé sur le référencement du site. J'ai tout de suite utilisé Google Search Console pour référencer le site sur Google, ce qui aurait dû être fait à sa mise en ligne, mais qui n'avait pas été fait avant mon arrivée. J'ai aussi optimisé le contenu naturel du site et mis en place Google Analytics afin de mesurer l'audience et l'évolution du site Web.

• ANIMATION DE LA VISIBILITÉ DU SITE WEB MARCHAND

J'ai commencé par le contenu naturel du site, c'est-à-dire les descriptions d'images ou encore la rédaction web. Le CMS Wix est limité quant aux descriptions d'images, mais j'ai fait mon possible pour référencer le contenu éditorial et visuel du site. J'ai complété les balises ALT et renommé les images avec des mots clés afin d'avoir un meilleur référencement.

• LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO)

Pour le contenu visuel et les descriptions d'images, voici un exemple de ce qu'il est possible de faire :



J'ai également optimisé le référencement de chaque page, à l'aide de descriptions et de mots clés. Voici un exemple :

The image shows two screenshots of the Wix SEO Wiz interface for the 'BRUNCH' page.

Top Screenshot (Référencement tab):

- Menu Site:** ACCUEIL, À PROPOS, NOTRE CARTE, **BRUNCH**, TRAITEUR, NOS COURS, GAT'Ô BOX, BLOG, CONTACT, MENTIONS LEGALES, CONDITIONS GENERALES ...
- Paramètres de page (BRUNCH):**
 - Info de page:** Boostez le SEO de votre site avec le Wix SEO Wiz. Découvrez votre plan sur mesure dès maintenant. [Aller à Wix SEO Wiz](#)
 - Aperçu sur Google:** En savoir plus sur les modifications
 - Titre de la page:** Quand Julie Pâtisse L'atelier | Brunch
 - Résumé de la page:** Brunch sucré et salé - à Tours 37000 - pour vous régaler localement chaque dimanche.

Bottom Screenshot (Info de page tab):

- Menu Site:** Same as above.
- Paramètres de page (BRUNCH):**
 - Titre de la page:** Quand Julie Pâtisse L'atelier | Brunch
 - Résumé de la page:** Brunch sucré et salé - à Tours 37000 - pour vous régaler localement chaque dimanche.
 - URL de la page:** <https://www.../ brunch>
 - Masquer cette page des moteurs de recherche:** ☐
 - Mots clés de la page:** brunch, dimanche, tours, quand julie pâtisse

Enfin, après plusieurs entretiens avec Julie et Xavier j'ai moi-même rédigé le contenu de chaque page. J'ai écrit chaque texte de chaque page que vous pouvez retrouver sur le site <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/> .

Voici l'exemple de la page « à propos » :

NOTRE HISTOIRE

La pâtisserie, notre passion !

Après le blog www.quandjuliepatisse.com, Julie et Xavier ouvrent leur atelier.

Venez boire un thé, un café, un chocolat chaud, déjeuner, bruncher, et même apprendre à cuisiner.

Le credo de l'atelier : des produits locaux, de saison, fait maison, avec amour.

Lieu cocooning et familial, idéal pour passer un bon moment !

- Julie, la pâtissière, vous propose des recettes pleines de douceurs et de gourmandise. Son CAP Pâtisserie en poche en 2015, elle développe son blog et anime de nombreux ateliers culinaires. Pétilante et dynamique, elle souhaite partager sa passion dans un cadre unique.
- Xavier, le bras droit, s'occupe du développement de l'atelier et du service en salle. De formation commerciale, il s'adapte à toute situation avec le sourire et la bonne humeur !

J'ai aussi étudié les liens entrants, appelés backlinks. Ce sont les liens effectués sur d'autres sites qui envoient vers celui de Julie et Xavier.

Voici les résultats obtenus sur Google Search Console :

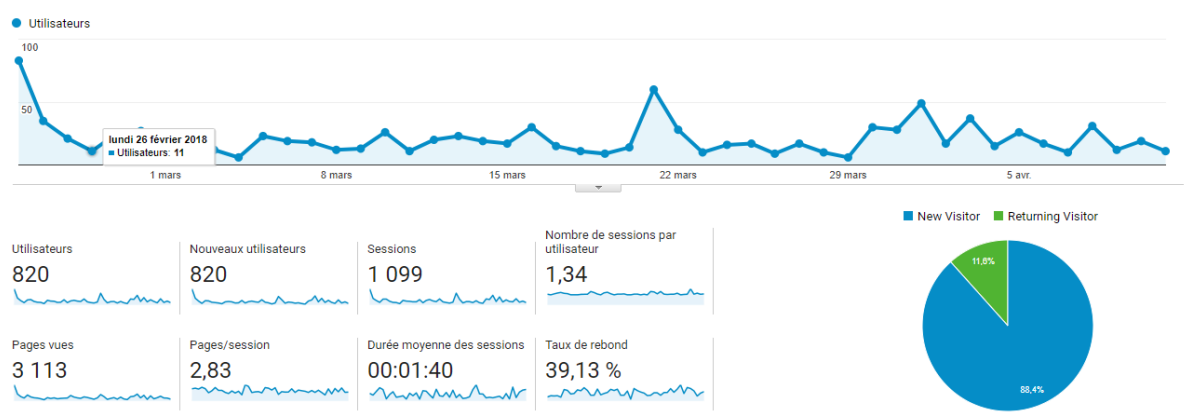
Domaines	Liens	Pages référencées par le biais de liens
quandjulepatisse.com	4	1
lespetitsboudins.fr	2	1
blogspot.com	1	1
afabulousstrip.com	1	1
zupermar.com	1	1
ink361.com	1	1
paperblog.fr	1	1
imggra.com	1	1
evensi.fr	1	1





















Nous observons qu'il y a pour le moment peu de liens entrants. Le site étant récent, ce résultat est normal. Julie et Xavier ont, par la suite, prévu quelques collaborations avec des blogueurs afin d'augmenter leur trafic et leurs backlinks. J'ai conseillé à Julie, Quand Julie Pâtisse, d'écrire elle-même un article sur son blog présentant le salon de thé afin d'augmenter la visibilité et le référencement. Cela ne pourra leur être que bénéfique.


• GOOGLE ANALYTICS

Par la suite, comme je vous l'écrivais au-dessus, j'ai également mis en place Google Analytics afin que Julie et Xavier puissent évaluer l'évolution de leur site e-commerce. Pour cela, je leur ai conseillé de regarder principalement les indicateurs suivants :

les utilisateurs, les nouveaux utilisateurs, le nombre de sessions, les pages vues, les pages par session, la durée moyenne des sessions, le taux de rebond ou encore les pourcentages par villes.



Page		Pages vues	% Pages vues
1. /		951	 30,55 %
2. /nos-cours		653	 20,98 %
3. /notre-carte		495	 15,90 %
4. /brunch		328	 10,54 %
5. /traiteur		197	 6,33 %
6. /a-propos		149	 4,79 %
7. /nos-cours/apéritif-végétal-9h-11h-17-03-18		116	 3,73 %
8. /contact		83	 2,67 %
9. /nos-cours/cuisiner-ses-épluchures-9h-11h-07-04-18		28	 0,90 %
10. /nos-cours/pâques-spécial-enfant-9h-11h-28-03-18		26	 0,84 %

Ville		Utilisateurs	% Utilisateurs
1. Paris		254	 29,26 %
2. Tours		246	 28,34 %
3. (not set)		66	 7,60 %
4. Joue-les-Tours		22	 2,53 %
5. Rochecorbon		18	 2,07 %
6. Orleans		11	 1,27 %
7. Saint-Cyr-sur-Loire		10	 1,15 %
8. Saint-Pierre-des-Corps		10	 1,15 %
9. Fondettes		8	 0,92 %
10. Lyon		8	 0,92 %

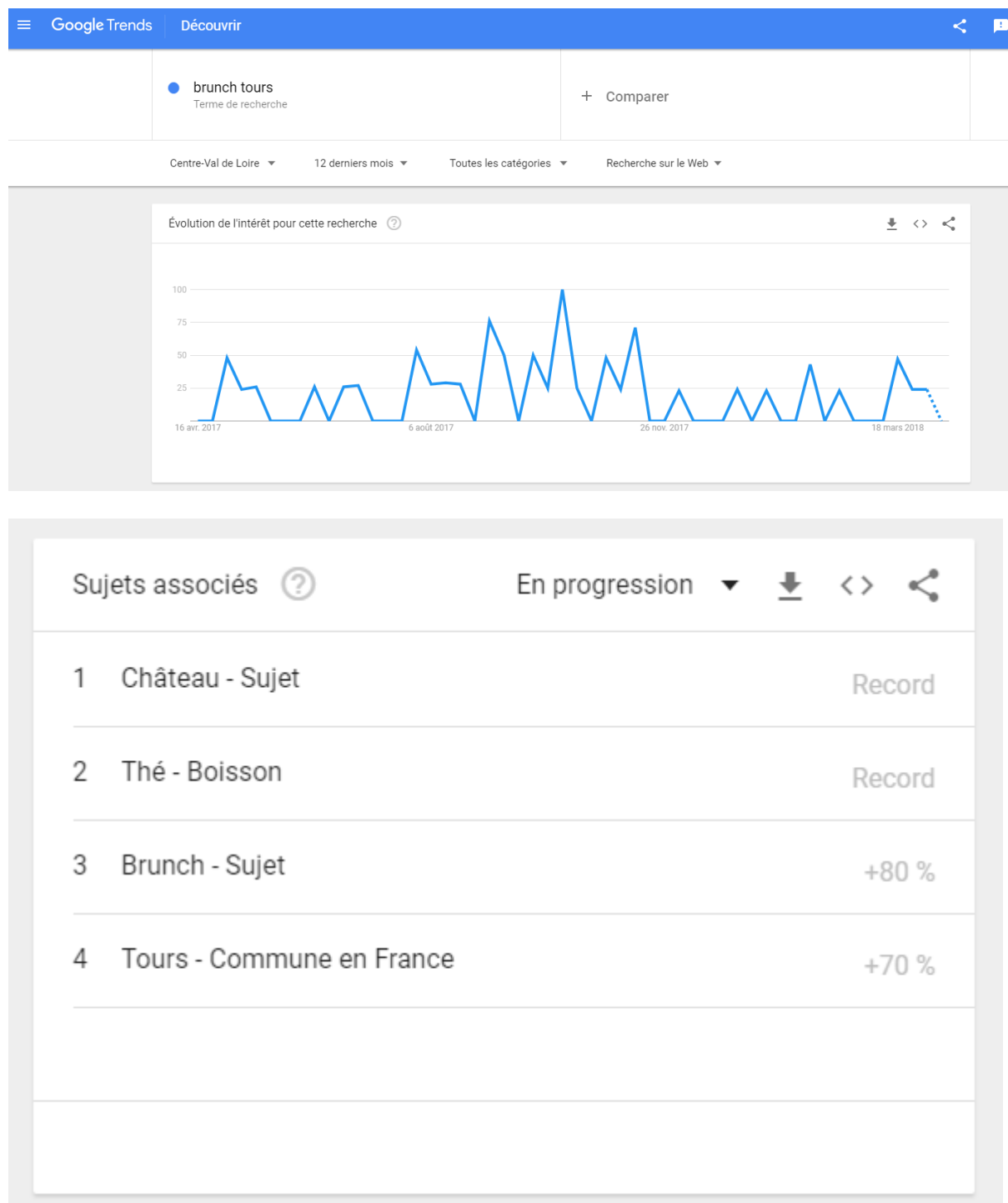
Malheureusement, je n'ai pu mettre en place de tunnel de conversion pour analyser les ventes ou les statistiques d'abandon / de validation. Après plusieurs essais et différentes recherches, l'URL de chaque page est identique pour la prise d'information, la mise au panier et le paiement <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/nos-cours>. Cela ne permet pas de suivi exact du comportement du cyberacheteur.

• LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEA)

Par manque de budget, je n'ai pu m'exercer au référencement payant (SEA). Je sais que dans l'avenir Julie et Xavier pense à une campagne Google Adwords afin de mettre en avant le brunch du dimanche. Je leur ai conseillé de ne pas faire de campagne display (visible sur d'autres sites), mais de créer une annonce sponsorisée qui leur permettra d'être visible sur Google à l'aide de mots clés.

Je leur ai donné quelques outils pour les guider lors de cette démarche, comme par exemple Google Trends qui leur permettra de comparer des mots clés ou encore de prendre connaissance des sujets et requêtes liées à certains mots clés. J'ai l'habitude de l'utiliser dans le domaine personnel et je sais que c'est un bon outil pour comparer et trouver des mots clés pertinents, indispensables pour une bonne campagne de référencement payant (SEA).

Exemple Google Trends, pour le mot clé « Brunch Tours » :



RÉDACTION ET PRODUCTION DE CONTENUS POUR LE WEB

Comme vous l'avez lu dans les précédentes parties, je suis arrivée dans l'entreprise à la mise en ligne du site internet. J'ai alors eu l'occasion de m'exercer à la rédaction de contenus, à la conception et mise en production de supports multimédias (photo et vidéo), mais également aux contenus associés aux supports multimédias du site web. Vous verrez également que dans le domaine personnel, j'ai pu m'exercer à la rédaction d'article en rapport avec le salon de thé Quand Julie Pâtisse.

• RÉDACTION DE CONTENUS SÉMANTIQUES

Étant donné que le site <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/> ne propose pas la vente de produits, mais seulement de services, je n'ai pas rempli de fiche produit à proprement parler. Mais, avec Julie et Xavier, j'ai rédigé la plupart des descriptions des ateliers mis en ligne.

Description d'un atelier

Nos cookies géants 9h-11h / 28/04/18

2 heures | €35

Réserver maintenant



Nous sommes sûrs que vous en rêvez !

Alors venez apprendre à réaliser nos cookies :

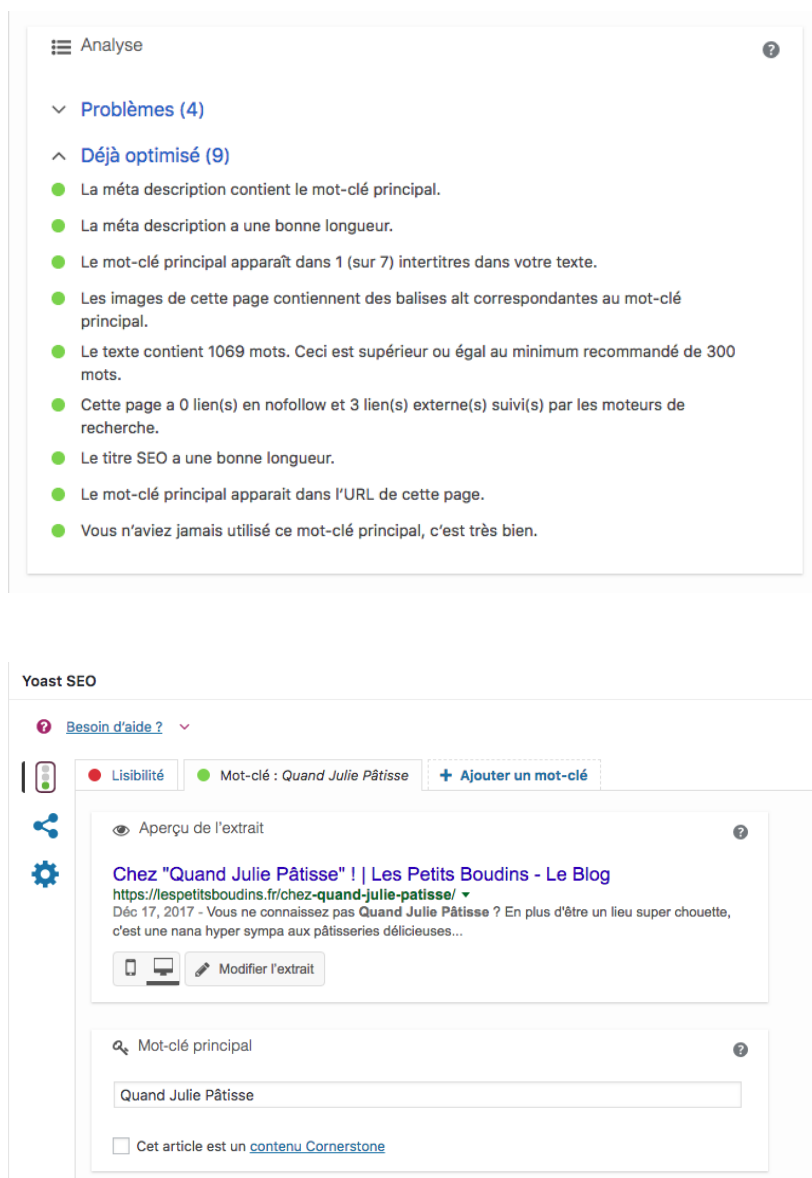
- chocolat blanc / framboises
- pépites de chocolat
- chamallow

Et même des cookies sans gluten, parce qu'on adore ça !

Je n'avais pas accès au blog Quand Julie Pâtisse, qui est le blog personnel de Julie malgré qu'il soit lié au salon de thé aujourd'hui. Mais à titre personnel, j'ai également un blog dans lequel j'avais rédigé un article sur Quand Julie Pâtisse à leur ouverture. J'ai l'habitude d'utiliser le CMS WordPress et d'optimiser ma rédaction et le référencement de mes articles grâce au plug-in YOAST, également étudié lors de nos interventions WordPress.

Voici le lien de l'article : <https://lespetitsboudins.fr/chez-quand-julie-patisse/>

Ainsi que l'optimisation SEO YOAST de mon back-office :



Je n'ai pas réécrit les articles de Julie puisque, comme je vous le disais ci-dessus, le blog Quand Julie Pâtisse n'appartient pas à l'entreprise, mais à Julie dans le cadre de son activité de blogueuse. Je n'ai pas non plus repris l'écriture de fiches produits puisque nous les avons, pour la plupart, rédigé ensemble.

• CONCEPTION ET MISE EN PRODUCTION DE SUPPORTS MULTIMÉDIAS

Dans le cadre de mes activités de Community Management, j'ai pu mettre à profit mes compétences en photographie, particulièrement. Depuis mon arrivée, j'ai réalisé l'ensemble des photos postées sur Instagram et Facebook. Par la suite, certaines de ces photos seront destinées à être utilisées sur le site web. J'ai également, à la demande de Julie et Xavier, réalisé des photos pour le partenariat avec la Laiterie de

Verneuil. Elles seront ensuite transmises à la marque avec la recette afin d'être relayées sur leurs réseaux et site Web.

Retouches photo



Dans le cadre de la collaboration avec la Laiterie de Verneuil.



Destinée à être partagée les réseaux sociaux de Quand Julie Pâtisse.



Destinée à être partagée les réseaux sociaux de Quand Julie Pâtisse.

J'ai également réalisé une vidéo afin de m'exercer à cette pratique que je ne connaissais pas avant. Elle n'a pour le moment pas été relayée, mais elle est destinée à être partagée sur la page Facebook. Je l'ai réalisée avec mon téléphone et montée avec Quik sur mobile. N'étant, pour le moment pas disponible, je vous mets un lien afin que vous puissiez la visionner.

Vidéo

Voici « Quand Julie Pâtisse... ses cookies » :


https://www.youtube.com/watch?v=JKkQZf0N_5c

• RÉDACTION DE CONTENUS SÉMANTIQUES ATTACHÉS AUX SUPPORTS MULTIMÉDIAS

Comme je vous l'ai déjà indiqué dans la partie sur le référencement, j'ai aussi rédigé le contenu lié aux supports multimédias (photos, principalement). Je vous ai montré un premier exemple du site web de Quand Julie Pâtisse lors de cette partie, maintenant je vais vous présenter le contenu lié aux images de mon article précédemment cité (<https://lespetitsboudins.fr/chez-quand-julie-patisse/>).

Voici un exemple :

Détails du fichier joint



Modifier l'image

Nom du fichier : zoom_cookie.jpg
Type du fichier : image/jpeg
Téléversé le : 17 décembre 2017
Taille du fichier : 117 KB
Dimensions : 1464 x 992

Adresse web : https://lespetitsboudins.fr/wp-content/uploads/2017/12/zoom_cookie.jpg
Titre : Zoom cookie
Légende :
Texte alternatif : Zoom sur un cookie accompagné d'un café chez Quand Julie Pâtisse.
Description : Zoom sur un cookie accompagné d'un café chez Quand Julie Pâtisse.

Téléversé par : lespetitsboudins
Téléversé sur : [Chez "Quand Julie Pâtisse"](#)

Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Regenerate Thumbnails

Smush Stats : 5 images reduced by 2,2 KB (1,0%)
Image Size: 117,4 KB
[Smush stats \(-\)](#)

[Voir la page du fichier joint](#) | [Indiquer plus de détails](#) | [Supprimer définitivement](#)

PILOTAGE DE PROJET E-COMMERCE

Lorsque je suis arrivée dans l'entreprise, le site web était tout juste mis en ligne. J'ai optimisé au maximum le référencement, créé du contenu rédactionnel et multimédia et animé les ventes en ligne. Mais avant tout ça, j'ai surtout apporté à Julie et Xavier le contenu obligatoire d'un site e-commerce et je leur ai proposé un cahier des charges pour leur futur site web. Je vous expliquerai la raison de ce cahier des charges et vous expliquerai ce contenu obligatoire sur lequel ils avaient fait l'impasse avant mon arrivée.

- ORGANISATION DE LA SÉCURITÉ JURIDIQUE DU SITE WEB MARCHAND

C'est-à-dire les mentions légales et les conditions générales de ventes (CGV). Les mentions légales étant obligatoires pour l'ensemble des sites web et les CGV obligatoires aux sites marchands. Je les ai mises en places avant même d'utiliser Google Search Console pour référencer le site. Julie et Xavier n'étaient pas informés de l'existence de ce contenu obligatoire, je leur ai expliqué la raison et les ai immédiatement créées.

Les Mentions Légales

<https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/mentions-legales>.

Les Conditions Générales de Vente

<https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/conditions-generales-de-ventes>.

Elles sont disponibles dans le footer du site web <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/> et représentent les informations importantes et indispensables au bon fonctionnement du site :

- ÉLABORATION ET PROPOSITION D'UN CAHIER DES CHARGES

Un cahier des charges est un document qui comporte les instructions à respecter lors d'un projet. Celui que je vais vous présenter aujourd'hui portera sur un travail à externaliser, suite à la demande de Julie et Xavier.

En effet, le site <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/> qui est en ligne aujourd'hui ne correspond pas aux attentes de l'entreprise. Wix étant un CMS limité dès lors qu'il s'agit d'un site marchand, Julie et Xavier souhaiteraient l'année prochaine changer de CMS et faire appel à un professionnel du métier pour leur apporter une solution. Julie ayant, en plus, apporté l'idée du CMS WordPress qu'elle a l'habitude d'utiliser à titre personnel pour son blog. Après plusieurs entretiens, je leur ai soumis ce cahier des charges afin de répondre à leurs attentes.

CAHIER DES CHARGES



CADRE DU PROJET

Résumé du projet

Les commanditaires du projet Julie Alves et Xavier Alves, gérants du salon de thé **Quand Julie Pâtisse**, ont exprimé les besoins suivants :

- renforcer leur présence en ligne
- moderniser l'image du salon de thé
- changer de CMS
- avoir un site entièrement responsive
- pouvoir optimiser le référencement du site au maximum
- avoir un site fluide (interaction usager/site)
- toujours permettre aux clients de réserver leurs ateliers (culinaires et créatifs) en ligne

La solution proposée :

Le CMS WordPress et le plugin WooCommerce, avec un template qui leur correspond. Afin d'obtenir un site entièrement responsive, personnalisable, moderne, et qui permettrait aux clients une réservation et un paiement fluide, simple et ludique. Mais également plus de fluidité pour Julie Alves et Xavier Alves, avec une interface claire et la possibilité de suivre clairement les statistiques de leur site internet.

CONTEXTE DE L'ENTREPRISE

Quand Julie Pâtisse est un salon de thé situé en plein cœur du jardin des Prébendes d'Oé à Tours, géré par Julie Alves et Xavier Alves. L'atelier Quand Julie Pâtisse, qui tient son nom du blog du même nom de Julie Alves, a ouvert ses portes le 9 décembre 2017. Ils proposent divers services et produits locaux. La restauration sur place à toute heure de la journée, un service traiteur personnalisable, un brunch le dimanche, et des ateliers culinaires et créatifs. Les ateliers sont disponibles à la réservation en ligne via le site web.

ENJEUX ET OBJECTIFS

L'objectif principal de ce projet est de permettre à Quand Julie Pâtisse d'augmenter son chiffre d'affaires grâce à un site web plus moderne, responsive, et ergonomique. Cela permettra une navigation plus fluide de l'internaute, ainsi qu'une réservation et un paiement en ligne plus simple.

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

Cette partie sera à compléter lorsque le prestataire sera validé par Julie Alves et Xavier Alves.

LIVRABLE

Pour atteindre ces objectifs, le prestataire livrera les éléments suivants :

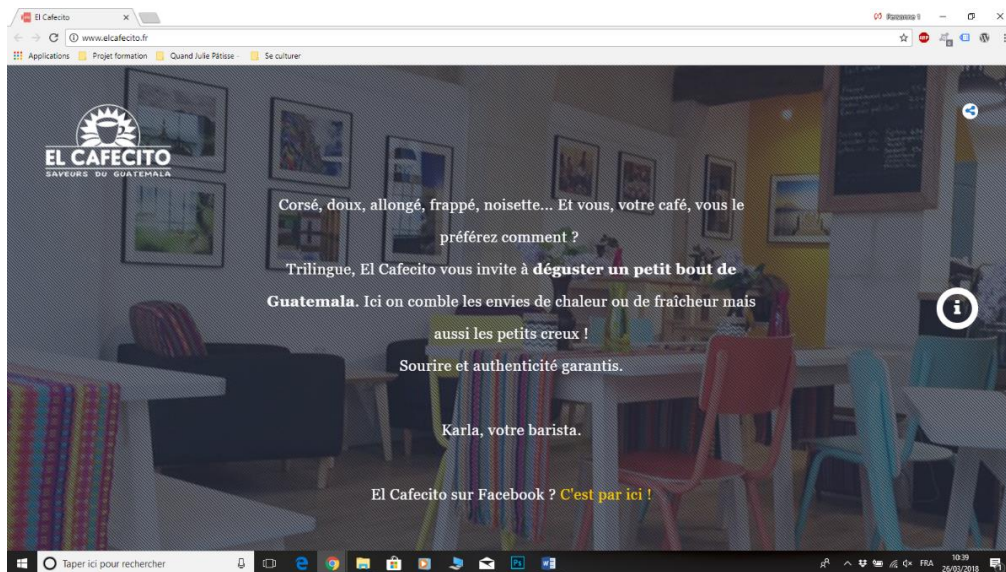
Compléter le cahier des charges fonctionnel et technique	Date à définir avec le futur prestataire
Adaptation Web de la charte graphique	Date à définir avec le futur prestataire
Charte éditoriale	Date à définir avec le futur prestataire
Maquettes du site	Date à définir avec le futur prestataire
Site	Date à définir avec le futur prestataire

PLANNING PRÉVISIONNEL

Le planning sera à définir avec le futur prestataire.

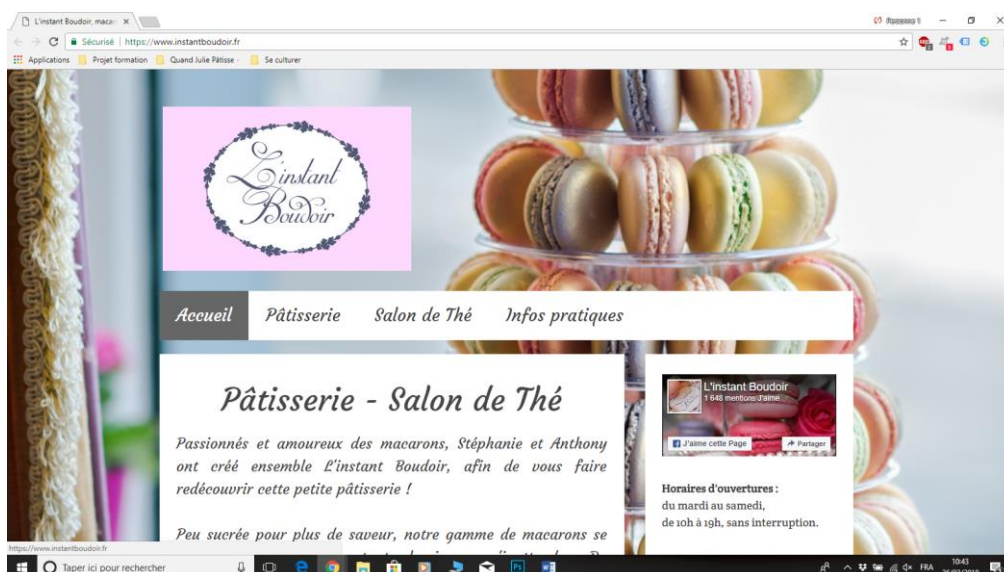
BENCHMARK

EL CAFECITO



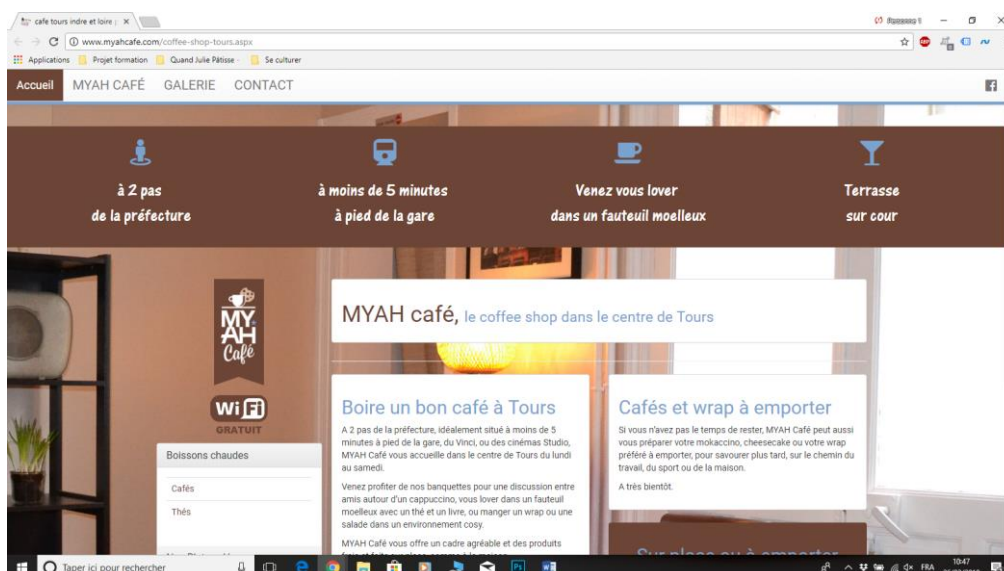
FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- aperçu de l'ambiance cosy / cocooning- envoie directement sur la page Facebook- informations pour inciter à se rendre au salon de thé ou sur la page Facebook pour en savoir plus	<ul style="list-style-type: none">- site vitrine uniquement- manque d'informations (produits et services, prix, localisation...)- pas de cours / réservation en ligne

L'INSTANT BOUDOIR



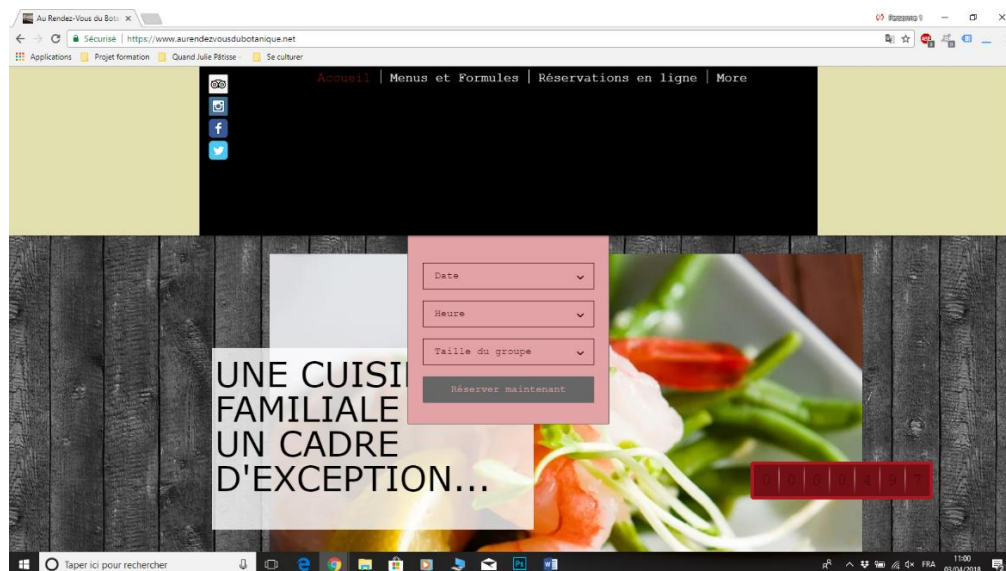
FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - jolis visuels - informations pertinentes faciles à trouver (produits, services, tarifs, contact) - fluidité du site - réseaux sociaux mis en avant 	<ul style="list-style-type: none"> - site vitrine uniquement - pas de cours / réservation en ligne

MYAH CAFÉ



FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - informations pertinentes faciles à trouver dans le header (produits, services, tarifs, contact) 	<ul style="list-style-type: none"> - site vitrine uniquement - pas de cours / réservation en ligne - visuels peu travaillés - site peu organisé

AU RENDEZ-VOUS DU BOTANIQUE



FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - réservation de table en ligne - informations pertinentes faciles à trouver (produits, services, tarifs, contact) - mise à jour régulière 	<ul style="list-style-type: none"> - pas de réservation de cours en ligne - pas de visuel / peu travaillé - site peu organisé - réseaux sociaux mal redirigés - chargement des pages lent

CONSIDÉRATION MARKETING

CIBLE PRINCIPALE – BRAND PERSONA

Anne Méliot



34 ans



Tours centre



mariée
1 enfant, Louise
3 ans et demi

Traits de caractère

Dynamique, aime cuisiner et faire plaisir, souriante, généreuse, aime partager de bons moments avec sa fille, gourmande et maline.

Contexte professionnel

Conseillère de vente à mi-temps pour passer un maximum de temps avec sa fille tout en gardant son indépendance financière. Est donc disponible chaque mercredi et parfois le samedi matin.

Objectif personnel

Profiter de la vie, sourire, se faire plaisir et surtout faire plaisir à sa fille.

Motivations pour le service

Les moments de partage avec sa fille, les bons moments passés lors des ateliers, la découverte.

Attentes par rapport au service

Réservation simple, prise de contact facile, réponse rapide, accès aux avis sur les précédents ateliers.

Comportement d'achat

Réservation/achat réfléchi selon ses dispositions et celles de sa fille, ainsi que les thèmes des ateliers à venir.

Autres

Elle adore venir se balader au jardin des Prébedes d'Oé avec sa fille et son mari, ils donnent à manger aux canards qui se baladent et s'arrêtent régulièrement aux jeux pour enfants

RÉFÉRENCEMENT

Le futur site devra comprendre toutes les règles du référencement afin de l'optimiser au maximum. Voir les [80 bonnes pratiques SEO du référentiel OPQUAST](#).

CONCEPTION GRAPHIQUE

BRIEF CRÉATIF

Le graphisme du site se doit de retranscrire l'image, l'identité et l'histoire du salon de thé Quand Julie Pâtisse. Il faut rechercher, le point d'équilibre, entre l'alliance du local et de la modernité.

Pour ce faire, il faut conserver les couleurs du salon et y associer un style graphique moderne et, de préférence, épuré (flat).

APERCU DE CHARTE GRAPHIQUE

Le logo :



La palette de couleur :

#AC8DAA #AC8DAA	#8F638D #8F638D	#774375 #774375	#5F2D5D #5F2D5D	#4F184D #4F184D
--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Typographie de branding et de titre : en attente du retour de la graphiste

Typographie de contenu : Roboto

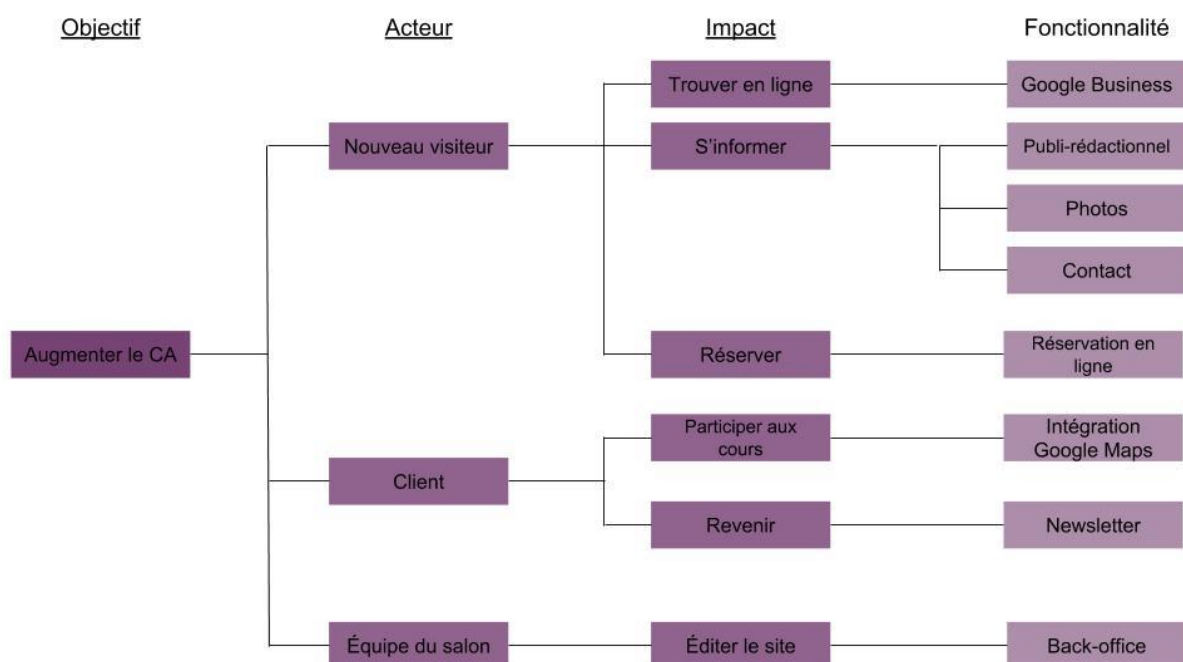
Design graphique : épuré (Flat Design)

IMAGES

En tant que site E-commerce, <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/> devra illustrer la gourmandise des pâtisseries de l'établissement. Pour ce faire, le site sera riche en photographies. Celles-ci seront prises par Sandie Gaud et optimisées pour le web afin de ne pas alourdir le temps de chargement des pages web.

SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES

PÉRIMÈTRE FONCTIONNEL



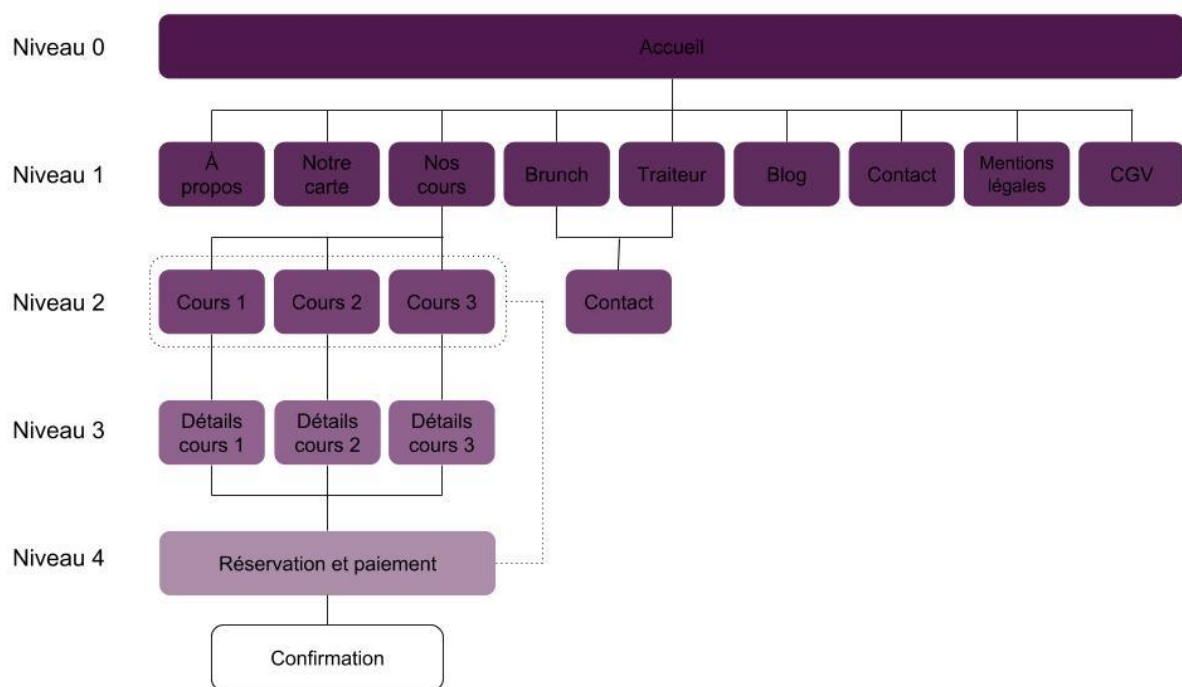
FRONT-OFFICE

Fonctionnalités	Contrainte(s) associée(s)
Réservation en ligne	Pas de contrainte particulière
Formulaire de contact	Anti-spam
Galerie de photo	Contrôlable
Inscription newsletter	Pas de contrainte particulière
Google Maps	Pas de contrainte particulière

BACK-OFFICE

Fonctionnalités	Contrainte(s) associée(s)
Mise en ligne des ateliers	Gestion du nombre de places et des tarifs
Gestion des réservations	Vue en temps réel des places restantes pour chaque atelier

ARBORESCENCE



Les pages de réservations, paiement et confirmation de la réservation devront avoir une URL « unique » contrairement au site actuel.

APERCU DES CONTENUS

Nous avons imaginé le futur site de Julie Alves et Xavier Alves à partir du template suivant : <http://barista.edge-themes.com/>. L'adaptation et les modifications seront à établir avec le futur prestataire.

SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

CHOIX TECHNOLOGIQUES

Le CMS ainsi que le thème (template) ont été décidés par Julie Alves et Xavier Alves. Ils opteront pour le CMS WordPress avec le plug-in WooCommerce et le template suivant : <http://barista.edge-themes.com/>.

NOM DE DOMAINE ET HÉBERGEMENT

Le nom de domaine <https://www.quandjuliepatisse-latelier.com/> ainsi que l'hébergement seront déposés au registre OVH.

COMPATIBILITÉ NAVIGATEUR

Le site devra être compatible avec les navigateurs suivants :

- Edge
- Mozilla Firefox
- Google Chrome
- Safari
- Opéra

TYPES D'APPAREILS

Le site sera conçu de manière dite "responsive" pour qu'il assure une navigation optimale sur l'ensemble des appareils :

- Téléphones mobiles
- Tablettes
- Ordinateur portable
- Ordinateur de bureau

SERVICES TIERS

- Suivi analytics : Google Analytics
- Solution emailing : Mailchimp ou Mailjet (à approfondir)

SÉCURITÉ

L'accès aux comptes d'administration sera limité aux 4 personnes suivantes :

- Xavier Alves et Julie Alves : gérants de Quand Julie Pâtisse.
- l'animateur e-commerce / community manager
- le chef de projet de l'agence choisie

LA FINALITÉ

L'ensemble des actions ci-dessus devront être mises en place avant le 31 janvier 2019 afin de ne pas prolonger l'abonnement actuel au CMS Wix (avec l'option Wix Booking). Le choix final du prestataire revient à Julie Alves et Xavier Alves, qui pourront à tout moment proposer des changements à ce cahier des charges.

CONCLUSION

J'ai passé d'excellents moments avec Julie et Xavier au salon de thé lors de mes semaines de stages. Nous avons beaucoup échangé afin de trouver des solutions à leurs problèmes, et leurs retours n'ont été que positifs pour moi. Le cahier des charges fut un moment important pour eux puisqu'il sera décisif pour la suite de leur présence en e-commerce.

J'ai eu la chance de m'exercer énormément sur la partie du Community Management, et cela a été une vraie révélation pour moi. J'ai beaucoup apprécié la création de contenus multimédias et en particulier la photographie. Je me suis occupée chaque matin des prises de vues des créations de Chef Julie, ainsi que des retouches pour ensuite les partager sur les réseaux sociaux de Quand Julie Pâtisse (L'atelier). La communication par les réseaux sociaux est primordiale de mon point de vue, c'était donc un plaisir de gérer les réseaux liés au salon de thé.

En conclusion, cette formation ainsi que ce stage m'ont conforté dans l'idée de mon avenir professionnel. Je suis aujourd'hui convaincu de vouloir rejoindre la famille du digital et plus particulièrement celle des Community Manager. Et je remercie Quand Julie Pâtisse pour leur accueil, leur investissement et leur patience !