

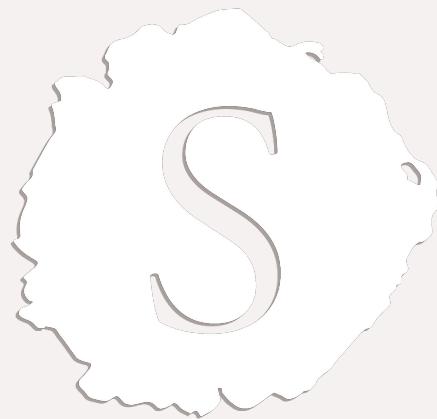
2020/2021

# Rapport de stage

Effectué au sein de l'entreprise Serendipity

Du 12 avril au 12 juin 2021

IUT BORDEAUX MONTAIGNE



S E R E N D I P I T Y  
CABINET DE CONVIVIALITÉ

# Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier M. Christophe Dubois, enseignant référent de ce stage au sein du DUT information-communication (option information numérique dans les organisations), pour son accompagnement et sa disponibilité tout au long de ma recherche de stage, ainsi que pour ses conseils. Je remercie également l'IUT Bordeaux Montaigne de m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce stage, qui m'a permis de me professionnaliser davantage et de mieux comprendre les enjeux liés au domaine de la communication.

J'adresse également mes sincères remerciements à ma tutrice de stage, Mme. Claire Chabellard, gérante de la boutique Serendipity, pour sa bienveillance, son accueil, et tout le soin qu'elle a porté à ce que le stage se déroule dans les meilleures conditions en dépit du contexte sanitaire actuel. Grâce à sa confiance et son expertise, j'ai pu m'accomplir totalement dans mes missions. Merci pour le temps qui m'a été accordé, et d'avoir fait de ce stage une chance inouïe ainsi qu'une expérience professionnelle aussi concluante.

# Sommaire

1.	Présentation de l'entreprise	3
2.	Compte-rendu des activités effectuées	5
2.1.	Benchmarking	5
2.2.	Réflexion stratégique et statistique	6
2.3.	Création de contenu et animation des réseaux sociaux de la boutique	7
2.3.1.	Organisation du planning de publications	7
2.3.2.	Réalisation audiovisuelle	8
2.3.3.	Stories	9
2.4.	Visuel des ateliers DIY	9
2.5.	Création du blog	10
3.	Analyse critique	10
4.	Synthèse générale	11
5.	Annexes	12
6.	Bibliographie	18

# 1. Présentation de l'entreprise

Ce stage de communication s'est déroulé au sein de la boutique Serendipity, cabinet de convivialité situé au 26 rue Buhan, au cœur du vieux Bordeaux. L'entreprise, créée par Claire Chabellard en 2017, connaît un chiffre d'affaires avoisinant les 50 000€. Serendipity a été pensée et organisée de façon à croiser commerce de détail et atelier DIY (“Do It Yourself”, ou “fais-le toi même” en français). Le “cabinet de convivialité” se traduit ainsi particulièrement par l'organisation et la réalisation des ateliers DIY. Ces ateliers consistent à créer des objets avec des thématiques autour de la décoration pure ou des loisirs créatifs.

Toute l'identité de la boutique repose sur l'éco-responsabilité, la conscience environnementale, mais aussi sur la créativité, l'originalité et le partage. En boutique (comme sur l'e-shop) sont recensés de nombreux créateurs passionnés aux valeurs engagées, dont la quasi intégralité réside et crée en France. Dans un souci de consommation locale et éthique, Claire Chabellard sélectionne les créateurs minutieusement, et propose en achat-revente (ce qui consiste à acheter du stock et le revendre) et en dépôt-vente (le stock appartient au créateur jusqu'à la vente) une large sélection de produits : zéro déchet, accessoires, bijoux, cosmétiques, épicerie, idées cadeaux, décoration, papeterie et affiches.

Claire Chabellard, la fondatrice et gérante de la boutique, exerce seule. Elle vérifie les commandes, le budget, la bonne tenue de l'entreprise en général. Elle est en contact direct autant avec les clients qu'avec les fournisseurs. Mme. Chabellard se charge de toute la partie d'analyse et de gestion. Elle contrôle aussi bien le domaine administratif, la gestion, la comptabilité, que la sécurité, les plannings, l'entretien, etc. Elle collabore avec les créateurs qui l'accompagnent dans le développement de son entreprise, soit en les sollicitant suite à des recherches spécifiques de produits, soit à la suite de propositions et de demandes de la part des artisans.



Photo de la vitrine de la boutique, Claire Chabellard, 1er mars 2019

Mme. Chabellard, ne disposant donc pas de services spécifiques (commercial, financier, marketing, ressources humaines, ...), n'était pas en mesure de m'accueillir au sein d'un département indépendant. Elle m'a cependant confié toutes les missions relatives à la communication propres à la boutique, parmi lesquelles nous retrouvons :

- ❖ Le développement d'une stratégie de communication,
- ❖ La désignation des objectifs et le suivi des résultats,
- ❖ La mise en place d'une veille sur la concurrence, et d'un benchmarking,
- ❖ La mise en place et l'amélioration des actions de communication,
- ❖ Le choix des messages et des supports les plus pertinents, les tester, en assurant la cohérence entre message, image de l'entreprise, et stratégie,
- ❖ La réalisation des supports et leur actualisation : écrits, photos, etc.,
- ❖ La diffusion des messages par l'alimentation des différents réseaux sociaux de l'entreprise (Facebook et Instagram),
- ❖ La promotion et l'évolution de l'image de la société,
- ❖ Le développement du site web et son animation pour améliorer la notoriété, le dynamisme du réseau et faciliter la vente,
- ❖ La préparation et la planification de la communication des ateliers DIY.

Ces missions ont pour objectif l'amélioration des résultats commerciaux de la boutique Serendipity. Pour mener à bien tout le travail de communication de l'entreprise, de nombreux outils et logiciels sont exploités au quotidien :

 <p><b>SUITE ADOBE</b></p> <p>Avec notamment l'utilisation de Photoshop et Lightroom pour la retouche photo et tout le travail en post-production</p>	 <p>Pour la réalisation de l'intégralité des stories, de certaines publications et des visuels standards pour les ateliers DIY</p>	 <p><b>PACK OFFICE ET GOOGLE WORKSPACE (G SUITE)</b></p> <p>Pour le suivi et l'organisation personnels des missions</p>	 <p>Pour tout le travail de montage vidéo et la réalisation de publications en format Reels et IGTV sur Instagram (et vidéo simple pour Facebook)</p>
 <p><b>GOOGLE DRIVE ET NOTION</b></p> <p>Espaces de travail tout-en-un dédiés aux notes, à la gestion de projet, aux documents et à la collaboration</p>	 <p><b>WORDPRESS (ELEMENTOR)</b></p> <p>Pour créer et gérer le site web de la boutique, pour tout ce qui touche au développement web</p>	 <p><b>CREATOR STUDIO SUITE FACEBOOK BUSINESS</b></p> <p>Pour programmer, publier, gérer efficacement le contenu de toutes les pages Facebook et Instagram, ainsi que pour en suivre les performances</p>	

*Outils et logiciels utilisés pour l'ensemble des missions de stage*

## 2. Compte-rendu des activités effectuées

Lors de ces deux mois de stage au sein de la boutique Serendipity, différentes missions de communication m'ont été confiées. De la réflexion stratégique initiale à l'analyse statistique des posts publiés, en passant par leur mise en ligne, plusieurs étapes sont nécessaires au bon déroulement de la méthode de communication adoptée.

### 2.1 Benchmarking

Dans un premier temps, j'ai établi un bref benchmarking. Il s'agit d'une technique de marketing qui consiste à étudier et analyser les techniques de gestion, les modes d'organisation des autres entreprises afin de s'en inspirer et d'en retirer le meilleur. Cette méthode repose ainsi sur l'analyse concurrentielle. La concurrence de l'entreprise regroupe un ensemble de boutiques de créateurs et artisans français, s'inscrivant dans une logique éco-responsable. Parmi eux, nous retrouvons entre autres :

- ❖ **Nicoletta by Lodge** (Bordeaux) : fabrication artisanale, commerce équitable
- ❖ **Nouvel Arrondissement** (Aix en Provence) : concept store de créateurs français
- ❖ **Coutume Store** (Bordeaux) : produits zéro-déchet, respectueux de l'environnement
- ❖ **Bonendroi** (Bordeaux) : droguerie moderne et concept store, idées cadeaux et décoration

Pour mener à bien ce benchmarking, j'ai recherché et analysé chaque compte Instagram et Facebook de chacun des concurrents, ainsi que leur site web. Ce travail s'est également avéré très pertinent lors de la création d'une partie blog sur le site web de la boutique Serendipity.

Globalement, les boutiques semblables à Serendipity adoptent une logique communicationnelle similaire : nous retrouvons systématiquement un compte Instagram, une page Facebook, et un blog rattaché au site web. Il s'agit de trois piliers fondamentaux dans leur stratégie de communication, tous construits selon des codes relativement identiques. Les réseaux sociaux de ces entreprises jouent un rôle extrêmement important : ils sont notamment un moyen très efficace de transmission d'informations et de promotion des nouveaux arrivages.

## 2.2 Réflexion stratégique et statistique

Après avoir mis en place le benchmarking, il a fallu établir une réflexion stratégique. Ce travail d'analyse a pour objectif de mesurer la pertinence des publications mises en ligne sur les réseaux sociaux de la boutique (Instagram et Facebook) afin d'en saisir les éléments les plus favorables au bon fonctionnement des posts. Lorsqu'une publication faisant la promotion d'un produit a du succès, elle génère davantage de ventes. Ce succès se traduit par le nombre de mentions "j'aime", de commentaires, de comptes touchés, de vues et de clics de la page produit ainsi que par le nombre d'interactions.

L'analyse statistique est un travail qui s'établit continuellement. Ainsi, j'ai tenu un tableau (Google Sheets) récapitulatif très précis des statistiques de chaque publication mise en ligne lors de ces deux mois de stage ([cf. Annexe n°1, p.12](#)). Les résultats observés indiquent un taux d'engagement moindre sur Facebook, tandis qu'Instagram semble davantage mettre en avant les publications (grâce à l'algorithme, l'utilisation de tags spécifiques ou encore le format, ...). Les posts qui connaissent les plus forts succès sont ceux où Claire Chabellard, la gérante, est mise en avant (photo portrait notamment). Le nombre de mentions "j'aime" est très largement corrélé au nombre de comptes touchés : plus une publication est "likée", commentée ou partagée, plus elle apparaît dans les recommandations d'autres utilisateurs.

Mme. Chabellard, ayant déjà eu l'opportunité de travailler avec plusieurs chargées de communication, a mis à ma disposition sur Notion les jours et horaires de publication les plus pertinents selon le réseau, ainsi qu'une liste de hashtags (mots-clés, tags) à utiliser. Ces données s'appuient sur des analyses statistiques établies en amont par les professionnelles de la communication qui ont collaboré avec la boutique Serendipity.

💡 Quand publier sur FB : Mercredi - vendredi - 13h  
Quand publier sur Insta : Lun - Mar - Mer - 18h

💡 Minimum 2 posts par semaine et 1 story par jour

💡 Nbr de # FB : 5  
Nbr de # Insta : 8

*Capture d'écran des fréquences et horaires de publication suite aux analyses statistiques des dispositifs communicationnels*

*Capture d'écran des tags les plus pertinents selon les analyses statistiques des dispositifs communicationnels*

LISTE DE # Classiques  
#cabinetdeconvivialité #serendipitybdx #bordeaux #bordeauxmaville #conceptstore  
#igersnouvelleauquitaine #igersgironde #igersbordeaux #vieuxbordeaux #cabinetdeconvivialité  
#serendipitybdd #bordeaux #bordeauxmaville #rueuhan #madecoamoi #bordeauxmoncommerce  
#bordeauxshop #bordeauxboutique #rueuhanbordeaux  
  
LISTE DE # créateurs  
#createurfrançais #architectureinterieure #décoration #handmade #faitmain #madeinbordeaux  
#giftshop#creationfrancaise #creatricefrancaise #artisan #madeinfrance  
  
LISTE DE # ateliers  
#designer #design #ateliers #atelierdiy #cabinetdeconvivialité #serendipitybdd  
#ateliersDIYserendipity#DIY #atelierdiybordeaux #madecoamoi #doityourself  
#bordeauxmoncommerce #blogbordeaux #vieuxbordeaux  
#madeinbordeaux#calendrierdelavent#diy #loisirscreatifs #ateliercreatifbordeaux #bordeauxmaville  
#homemade  
  
LISTE DE # cosmétiques  
#cosmetiquebio #beautenaturelle #madeinfrance #fabriqueenfrance #nowaste #ecoresponsable  
#instabeauty #dermocosmetics #ecofriendly #bonpourplanete #bonpoursoi #savons #nature  
#naturel #huilesessentielles #bio #peau #producteurslocaux #saponificationafriddle #saponification  
#savonafriddle #coldprocess #ecoresponsable #éthique #zerodechet #consommerautrement  
#cosmetiquenaturelle|  
  
LISTE DE # écolo  
#recyclage #environnement #écologie #wecandoit #tousensemble #zerodechet #zerowaste  
#objectifzerodechet #ecoresponsable #villededemain #environnement #bonpourplanete  
#bonpoursoi #compostable #biodechets #économiecirculaire #reutilisable #ecofriendly  
#sustainable #cleantheoceaan #zeroplastique #environnement #écologie #wecandoit  
#tousensemble #nomade #leplastiquenonmerci #objectifzerodechet

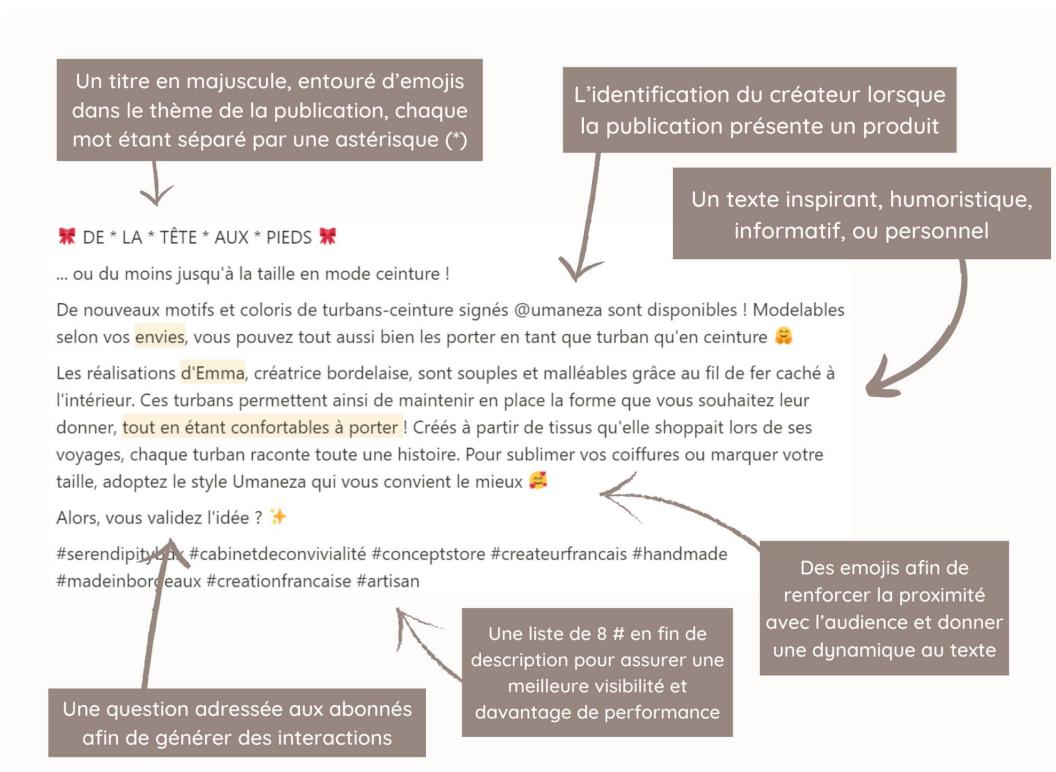
## 2.3 Crédit de contenu et animation des réseaux sociaux de la boutique

La principale mission qui m'a été confiée lors de ce stage concerne l'animation des réseaux sociaux de la boutique. Durant ces deux mois d'expérience au sein de l'entreprise, j'ai eu l'occasion d'imaginer, d'organiser, de créer et de publier plus de 30 posts sur les réseaux (en crosspostage, soit 30 posts sur Instagram et 30 sur Facebook).

### 1.1.1. Organisation du planning de publications

La première étape dans la création de contenu et l'animation des réseaux sociaux consiste à imaginer, organiser et planifier les futures publications.

Mme. Chabellard et moi travaillions à partir de Notion, un espace de travail numérique collaboratif où nous organisions toute notre stratégie de communication. Grâce aux nombreuses templates proposées sur l'interface, nous avons notamment pu créer une grille de prévisualisation des posts à venir (afin de prévoir un feed esthétique et cohérent visuellement). Notion nous a également servi dans la programmation des publications : Mme. Chabellard et moi chargeons progressivement les photos ou vidéos pour chacun des posts directement sur la grille, tandis que je m'occupais de rédiger les descriptions.



Représentation des critères auxquels chaque description doit répondre systématiquement

Ainsi, je m'occupais d'imaginer les publications selon les arrivages, les informations à transmettre (comme ça a notamment été le cas lors de la mise en place du click&collect et le changement d'horaires d'ouverture lié au déconfinement), mais aussi de façon à respecter les publications "d'aération" du feed. Ces dernières correspondent à des posts plus personnels, généralement avec un portrait de Claire Chabellard. Il n'est ici plus question de promouvoir quelque chose mais plutôt de créer du lien avec les abonnés.

Chaque publication était ainsi principalement réalisée sous ma responsabilité. Je soumettais à ma tutrice 4 posts par semaine, qu'elle vérifiait et validait par la suite. Je me chargeais ensuite de les programmer via Creator Studio. Cet outil permet également d'analyser les statistiques de chaque publication.

### 1.1.2. Réalisation audiovisuelle

Lorsque les idées de publication sont validées, il est temps de procéder à la réalisation audiovisuelle. Mme. Chabellard m'a beaucoup accompagnée lors des shootings de produits. Elle a su transmettre de nombreux savoirs et conseils liés à la photographie et la mise en valeur de produits, qu'elle a eu l'occasion de découvrir lors de photoshoots lorsqu'elle exerçait en tant que chef de projet en packaging. Les retouches en post-production se faisaient intégralement avec Photoshop et Lightroom.



*Exemple de photos de produits réalisées par Charline Robin*

Afin de diversifier davantage le format des publications sur les réseaux sociaux de la boutique, j'ai proposé de mettre en place des vidéos, appelées Reels et IGTV sur Instagram. Ces nouveaux formats proposés par Instagram sont davantage mis en avant par l'application. Les Reels sont des courtes vidéos (qui reprennent très largement le concept de TikTok), tandis que les IGTV sont des vidéos de 15 secondes à 10 minutes (des formats plus longs dans l'objectif de concurrencer YouTube). L'algorithme d'Instagram y est particulièrement favorable. La dynamique de viralisation est simple : elle dépend des comptes suivis, de l'engagement et de la proximité géographique.

J'ai ainsi eu l'occasion d'imaginer 4 Reels et une IGTV (cf. Annexe n°2, p.13). Je réalisais et montais ces vidéos grâce au logiciel "Wondershare Filmora X". Ma tutrice de stage m'a laissée entièrement libre de les créer à ma façon, d'autant plus qu'il s'agissait d'une nouveauté sur le compte Instagram de la boutique : une seule IGTV était publiée avant mon arrivée. L'analyse statistique des Reels postés a su démontrer l'importance et la pertinence de ces nouveaux formats : nous avons pu observer un nombre de vues relativement élevé, de nombreuses mentions "j'aime" et une grande interaction au niveau des commentaires. Cette initiative fut un succès.

Certaines publications, ne reposant ni sur des photos ni sur des vidéos, étaient ainsi créées via Canva (plate-forme de création graphique). Ça a notamment été le cas pour les "posts d'aération" ou encore ceux présentant les nouveaux articles de blog (cf. Annexe n°3, p.13). Je me suis également servie de Canva pour la création de l'intégralité des stories de l'entreprise.

### 1.1.3. Stories

Les stories font partie intégrante du dynamisme des réseaux sociaux de la boutique. Elles permettent notamment de renouveler du contenu plus souvent, et ainsi d'avoir une meilleure visibilité. Du fait de leur aspect éphémère (une story ne dure que 24 heures), Mme. Chabellard m'a accordé davantage de liberté dans la création des stories au quotidien. Comme pour toutes réalisations, je les lui soumettais une fois terminées afin qu'elle puisse les valider. Une fois cette étape passée, je me chargeais de les poster sur Facebook et Instagram.

Pour que les stories engendrent de l'interaction avec les abonnés et brisent l'aspect uniquement informatif, je prenais soin d'intégrer des éléments interactifs tels que les curseurs d'emojis, les boîtes à questions, les comptes à rebours ou encore les quiz (cf. Annexe n°4, p.15).

## 2.4 Visuel des ateliers DIY

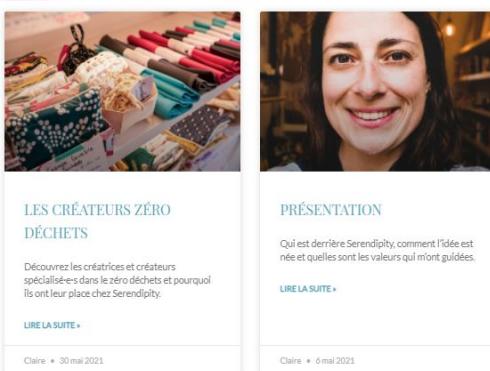
Les ateliers DIY représentent parfaitement l'identité de la boutique. Habituellement, Claire Chabellard organise deux ateliers par mois avec des thématiques autour de la décoration pure ou des loisirs créatifs. Il y a jusqu'à 8 participants qui viennent pour apprendre à créer. Il est donc nécessaire d'établir une communication particulière pour promouvoir ces ateliers et ainsi recevoir un nombre suffisant d'inscriptions afin que l'atelier puisse avoir lieu.

Pendant près de deux ans, les visuels utilisés pour les ateliers étaient ceux réalisés par une amie graphiste de Mme. Chabellard. Afin de redynamiser et rafraîchir ces présentations, j'ai donc imaginé et conçu de nouveaux modèles pour les réseaux sociaux, tout en prenant soin de respecter la charte graphique de l'entreprise (cf. Annexe n°5, p.16). Dans le cas de Facebook, il s'agissait de recréer une bannière "événement", tandis que pour Instagram, il suffisait de concevoir un visuel sur la base d'un post standard. Ces deux visuels devaient ainsi correspondre à des formats bien spécifiques. Pour réaliser ces nouveaux visuels, je me suis entièrement servie de Canva.

## 2.5 Création du blog

Ma dernière mission au sein de ce stage de communication était de créer une partie blog sur le site de la boutique et de l'animer. Ayant mis en place le blog vers la fin du stage, seuls deux articles ont été publiés.

Tout d'abord, Mme. Chabellard m'a demandé de réaliser un benchmarking des blogs des boutiques concurrentes : il s'agissait d'identifier les sujets abordés, la présentation d'ensemble des articles, et les codes spécifiques aux blogs. Ensuite, afin d'être en cohérence avec les objectifs et les valeurs de la boutique, j'ai imaginé et proposé différents sujets d'articles tels que : "Les créateurs", "Les astuces écolo de Claire" ou encore "Présentation de la boutique : interview Claire Chabellard". Afin de les mettre en page et les publier, ma tutrice de stage m'a donné accès à WordPress (en version pro) et Elementor.



Capture d'écran de la page d'accueil du blog, <https://serendipityshop.fr/blog/>

## 3. Analyse critique

Lors de ce stage, j'ai eu l'occasion de réutiliser et d'approfondir des enseignements que j'ai reçus lors de ma première année de DUT information-communication option Information numérique dans les organisations. Je me suis notamment servie des concepts transmis lors des cours de bases de la communication (pour les stratégies de communication et créatives), de PAO (pour les retouches des photos sur Photoshop notamment), de publication et création web (pour tout ce qui concerne la mise en place du blog), de réalisation audiovisuelle (pour les photographies et vido s), ainsi que de veille informationnelle (pour la mise en place du benchmarking).

Dans l'ensemble, j'ai été très à l'aise dans la concrétisation de chacune des missions qui m'ont été accordées. Les seules petites difficultés rencontrées concernaient la prise de photos (ayant davantage travaillé le portrait que le shooting produit lors de ma formation), ainsi que l'utilisation de WordPress qui ne m'était pas du tout familier jusqu'alors. Je montrais davantage de difficultés et d'inconfort avec tout ce qui touche au développement web. Cependant, Claire Chabellard m'a très bien accompagnée et conseillée, tant pour les prises de vue que pour la manipulation de WordPress. Elle m'a  g alement fait découvrir comment se déroulait la gestion de l'e-shop de la boutique, avec les interfaces spécifiques.

## 4. Synthèse générale

Ce stage de communication au sein de la boutique Serendipity aura été une expérience très enrichissante tant sur le point personnel que professionnel. J'ai tout d'abord pris conscience des enjeux et des objectifs propres à l'entreprise, qui reposent en partie sur les stratégies de communication établies. J'ai pu mettre en pratique certains des apports théoriques de ma formation à l'IUT Bordeaux Montaigne, et ainsi les découvrir et envisager de manière concrète.

Exerçant la majeure partie du temps en télétravail du fait du contexte sanitaire actuel, j'ai eu l'opportunité de gagner considérablement en autonomie. Mme. Chabellard comptait beaucoup sur ma force de proposition. Cela m'a permis de renforcer ma créativité et mon assurance, ce qui a également su me faire gagner en confiance en moi et donner un sens à ma place au sein de la boutique. Me rendant à la boutique un à deux jours par semaine afin de convenir d'un planning de publications et de réaliser des prises de vue de produits avec ma tutrice, j'ai ainsi pu observer le quotidien de Claire Chabellard lors des horaires d'ouverture et développer mon sens de la relation client.

Ce stage fut également l'opportunité de développer mes compétences rédactionnelles, organisationnelles, ma capacité d'adaptation, ma prise d'initiatives et mon esprit d'analyse. Les valeurs de la boutique m'ont également beaucoup ouvert les yeux sur les modes de consommations modernes, et sur leurs impacts environnementaux. J'ai ainsi acquis une plus grande sensibilité à l'écologie et une meilleure compréhension des enjeux de notre situation environnementale.

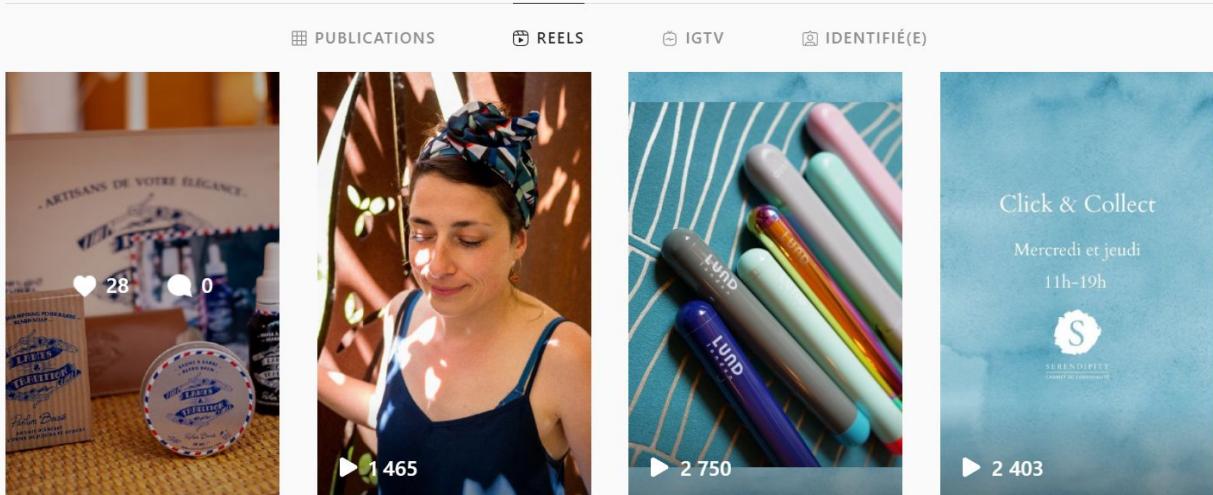
Claire Chabellard, par sa bienveillance et son investissement, a su me faire bénéficier d'un stage riche en opportunités et intérêts. J'ai pu découvrir le quotidien d'un professionnel de la communication au sein d'une entreprise pleine de valeurs et d'originalité. Cette expérience a eu un impact décisif dans mes projets professionnels : étant déjà quasiment certaine de vouloir travailler dans ce domaine avant même de commencer le stage, je suis aujourd'hui convaincue de pouvoir m'épanouir pleinement en tant que chargée de communication à l'avenir. Par le plaisir que j'ai pris à réaliser toutes les missions que ma tutrice m'a accordées, mon implication et mon assiduité, Mme. Chabellard m'a proposé de prolonger mon stage à ses côtés afin de continuer de fournir des travaux de communication pour la boutique Serendipity. Il s'agit pour moi d'une réelle opportunité dans la poursuite de mes études et mes projets professionnels.

## 5. Annexes

Annexe n°1 - Tableau statistique des publications Instagram et Facebook de la boutique Serendipity du 12/04/2021 au 12/06/2021

RESEAU SOCIAL	TYPE DE POST	DATE	HEURE	SUJET	J'AIME	COMMENTAIRES	COMPTEES TOUCHES	VUES ET CLICS PAGE PRODUIT	INTERACTIONS
INSTA	Reels	09/06/2021	18:00	Turbans-centre Umaneza	97	10 -	-	-	-
INSTA	Reels	17/05/2021	18:00	Pailles Lund London	92	8 -	-	-	-
FB	IGTV	03/05/2021	13:00	Visite boutique	43	11 -	-	-	61
INSTA	Reels	20/04/2021	18:00	Click&Collect	42	0 -	-	-	-
INSTA	Photo	08/06/2021	18:00	Prise-debut turquoise	175	28	1698 8 - 1	24	24
INSTA	Photo	24/05/2021	18:00	Vitrine Anne Guy	240	37	1569 -	37	37
FB	Photo	24/05/2021	13:00	Vitrine Anne Guy	78	14	1531 -	120	120
INSTA	Photo	11/05/2021	18:00	Claire	178	21	1426 -	32	32
INSTA	Photo	30/04/2021	18:00	Claire	149	13	1166 -	8	8
FB	Photo	11/05/2021	13:00	Claire	26	14	1041 -	118	118
INSTA	Capture blog	19/05/2021	18:00	Inauguration blog	64	2	985 -	7	7
INSTA	Post bleu	05/05/2021	18:00	Inspi	66	4	977 -	4	4
INSTA	Photo	10/05/2021	18:00	Crème solaire NIU	95	4	975 11 - 0	6	6
INSTA	IGTV	03/05/2021	18:00	Visite boutique	94	19	961 -	9	9
INSTA	Photo	19/04/2021	18:00	Porte-savon KVL	74	3	942 0 - 0	7	7
INSTA	Photo	21/05/2021	18:00	Papeterie Histoire d'écrire	59	6	926 1 - 0	7	7
INSTA	Photo	14/04/2021	18:00	Inspi	96	6	918 -	8	8
INSTA	Vidéo	26/05/2021	18:00	Concours X Moody Arty	77	29	889 -	18	18
FB	Photo	19/04/2021	13:00	Porte-savon KVL	15	0	883 -	14	14
INSTA	Photo	23/04/2021	18:00	DY portes-savon KVL	55	0	866 -	5	5
INSTA	Photo	16/04/2021	18:00	Bougies Mrs Nobody	74	7	858 7 - 1	8	8
INSTA	Post Bleu	08/05/2021	18:00	Reouverte boutique	62	4	852 -	9	9
INSTA	Photo	26/04/2021	18:00	Guirlandes Samye	78	1	835 -	6	6
INSTA	Photo	27/04/2021	18:00	Parapluies Beau Nuage	86	11	822 10 - 2	18	18
FB	Photo	27/04/2021	13:00	Parapluies Beau Nuage	15	2	817 -	24	24
INSTA	Capture blog	04/06/2021	18:00	Créature Zéro Déchet	39	4	807 -	5	5
FB	Photo	08/06/2021	13:00	Prise-debut turquoise	56	9	786 -	70	70
FB	Photo	16/04/2021	13:00	Bougies Mrs.Nobody	15	0	769 -	9	9
FB	Photo	10/05/2021	13:00	Crème solaire NIU	14	0	754 -	14	14
INSTA	Atelier	06/06/2021	18:00	Atelier Punch Needles	36	4	720 -	6	6
INSTA	Photo	28/04/2021	18:00	Bougies Labogie	69	1	702 10 - 1	5	5
FB	Photo	28/04/2021	13:00	Bougies Labogie	12	1	697 -	16	16
INSTA	Photo	07/05/2021	18:00	Bougones KVL	59	1	687 2 - 0	9	9
FB	Photo	21/05/2021	13:00	Papeterie Histoire d'écrire	16	0	683 -	25	25
FB	Photo	23/04/2021	13:00	DY portes-savon KVL	10	0	668 -	7	7
INSTA	Photo	31/05/2021	18:00	Maquie Instant Poufée	45	2	658 0 - 0	6	6
INSTA	Photo	25/05/2021	18:00	Sachets graines	57	0	636 -	3	3
FB	Photo	04/05/2021	13:00	Parfums Eliange	7	3	624 -	4	4
FB	Photo	30/04/2021	13:00	Claire	37	0	624 -	-	-
INSTA	Photo	28/05/2021	18:00	Baume LIP	44	0	589 -	5	5
INSTA	Atelier	01/06/2021	18:00	Atelier Fleurs Séchées	37	1	573 -	6	6
INSTA	Photo	04/05/2021	18:00	Parfums Eliange	46	3	568 4 - 0	2	2
FB	Reels	09/06/2021	13:00	Turbans-centre Umaneza	43	0	567 -	-	-
FB	Capture blog	19/05/2021	13:00	Guirlandes Samye	15	0	553 -	9	9
INSTA	Post Bleu	02/06/2021	18:00	Hello June I	34	0	547 -	5	5
FB	Photo	14/04/2021	13:00	Inspi	12	1	526 -	6	6
FB	Photo	28/05/2021	13:00	Baume LIP	7	2	486 -	7	7
FB	Photo	26/04/2021	13:00	Guirlandes Samye	15	0	463 -	8	8
FB	Photo	25/05/2021	13:00	Sachets graines	8	0	425 -	1	1
FB	Reels	17/05/2021	13:00	Pailles Lund London	11	2	417 -	13	13
FB	Reels	20/04/2021	13:00	Click&Collect	13	0	408 -	-	-
FB	Post Bleu	18/05/2021	13:00	Reouverte boutique	14	0	404 -	1	1
FB	Photo	07/05/2021	13:00	Bougeoires KVL	9	0	384 -	1	1

## Annexe n°2 - Capture d'écran et liens des Reels réalisés et publiés sur le compte Instagram de la boutique par Charline Robin



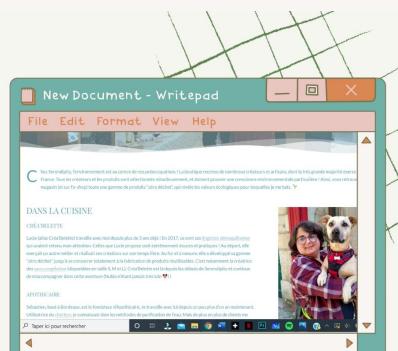
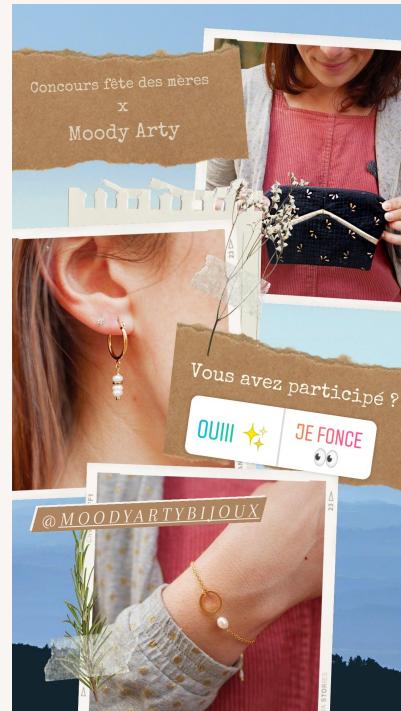
- IGTV : [OO ON \\* VOUS \\* FAIT \\* VISITER OO](#)
- Reels : [🛍️ RETRAIT \\* EN \\* MAGASIN 🛍️](#)
- Reels : [👉 À \\* LA \\* VÔTRE 👕](#)
- Reels : [🎀 DE \\* LA \\* TÊTE \\* AUX \\* PIEDS 🎀](#)
- Reels : [👨‍👧 HAPPY \\* FATHER'S \\* DAY 👨‍👧](#)

## Annexe n°3 - Capture d'écran des publications d'aération et de présentation des nouveaux articles de blog réalisées et postées par Charline Robin





## Annexe n°4 - Exemples de stories réalisées sur Canva et postées sur Instagram par Charline Robin



Nouvel article de blog  
Créatrices et créateurs "zéro déchet"

LIEN EN BIO



## Annexe n°5 - Visuels standards pour les ateliers DIY, avant et après rafraîchissement par Charline Robin

### ❖ Bannière événement Facebook :



### ❖ Post d'annonce Instagram :



## Annexe n°6 - Fiche de présentation du stage



Université  
**BORDEAUX**  
**MONTAIGNE**

Convention de stage n°: 31488

CONVENTION DE STAGE ENTRE :

IUT Bordeaux Montaigne  
1 rue Jacques Ellul  
33080 Bordeaux cedex  
tél : 05 57 12 20 44

### 1 - L'ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT ou DE FORMATION

L'université Bordeaux Montaigne,  
Domaine universitaire, 33607 Pessac cedex

Lionel LARRE, Président de l'université

### 2 - L'ORGANISME D'ACCUEIL

Nom : Serendipity  
Adresse : 26 rue Buhan 33000 BORDEAUX France  
Activité principale exercée : Commerce, distribution  
Représenté par (nom du signataire de la convention) :  
CHABELLARD Claire  
Qualité du représentant : Gérante  
Service dans lequel le stage sera effectué :  
Communication  
Téléphone : 07 69 60 02 22  
mél :  
Lieu du stage (si différent de l'adresse de l'organisme) :

### 3 - LE / LA STAGIAIRE

N° ETUDIANT : 400515

Nom : ROBIN Prénom : CHARLINE Sexe : F  M  Né(e) le : 09/04/2000  
Adresse : 14 rue Jules Guesde DOCKS 33 33150 CENON

Téléphone : 0782758698 mél : charline.robin@etu.u-bordeaux-montaigne.fr

INTITULE DE LA FORMATION OU DU CURSUS SUIVI DANS L'ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR :  
DUT 1ère année Information numérique dans les organisations

#### DÉROULEMENT DU STAGE

Dates : Du 03/05/2021 Au 30/06/2021  
Représentant une durée totale de 2 mois

Correspondant à 300 Heures de présence effective dans l'organisme d'accueil

Nombre d'heures de présence hebdomadaire ou totales si horaires irréguliers : 35 heures

Précisions éventuelles sur le déroulement du stage : temps complet,

#### ENCADREMENT DU STAGIAIRE PAR L'ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT

Nom et prénom de l'enseignant référent : DUBOIS CHRISTOPHE  
Fonction (ou discipline) :

Téléphone : 0557122064

mél : Christophe.Dubois@iut.u-bordeaux-montaigne.fr

#### ENCADREMENT DU STAGIAIRE PAR L'ORGANISME D'ACCUEIL

Nom et prénom du tuteur de stage : CHABELLARD CLAIRE  
Fonction :  
Gérante  
Téléphone : 07 69 60 02 22  
mél : contact@serendipityshop.fr

## Missions de stage :

- ❖ Animation des réseaux sociaux de la boutique
- ❖ Réflexion stratégique et planification des posts
- ❖ Réalisation audiovisuelle (photo, vidéo)
- ❖ Rédaction de contenu et animation du blog

## Compétences à acquérir :

- ❖ Gérer un planning de publication
- ❖ Maîtriser Wordpress
- ❖ Retouche photo et vidéo
- ❖ Maîtriser la suite Adobe
- ❖ Maîtriser Excel
- ❖ Maîtriser le montage vidéo

## 6. Bibliographie

ROBIN, Charline, 2021. Rapport de stage de communication de première année de DUT Information-Communication. 17 juin 2021. Disponible à l'adresse : [https://docs.google.com/presentation/d/1hD8PH96SxKpsqyG1yzfs7EDdwjCYIZcwY4eiKGoirz8/edit?usp=drive\\_web&oid=118235607727736276612&usp=embed\\_facebook](https://docs.google.com/presentation/d/1hD8PH96SxKpsqyG1yzfs7EDdwjCYIZcwY4eiKGoirz8/edit?usp=drive_web&oid=118235607727736276612&usp=embed_facebook)  
Rapport de stage effectué par Charline ROBIN au sein de l'entreprise Serendipity du 12 avril au 12 juin 2021, rendant compte d'une première expérience professionnelle en information-communication, option Information numérique dans les organisations.