

Frédéric Armando

1^{er} année de Diplôme Universitaire de Technologie
dans les Métiers du Multimédia et de l'Internet



RAPPORT DE STAGE

10 Février – 15 Mars 2013

Tuteur enseignant : Christine Breandon
Tuteur entreprise : Isabelle Berviller

RAPPORT DE STAGE

10 Février – 15 Mars 2013

Frédéric Armando

Tuteur enseignant :
Christine Breandon

Tuteur entreprise :
Isabelle Berviller

Remerciements

Je tiens à remercier Isabelle Berviller, Gérante du cabinet d'expert comptable Egeli de m'avoir accueilli au sein de son entreprise pour réaliser ce stage en référencement riche d'enseignements, et qui s'est déroulé dans d'excellentes conditions.

Il est aussi important de remercier l'ensemble de l'équipe sur laquelle j'ai pu compter tout au long de mon stage.

Les conseils qui m'ont été prodigués et leurs réponses m'ont permis de mener à bien les différentes missions confiées.

Je remercie aussi Stéphane Bonnet, Webdesigner et Webmaster du site d'Egeli, qui m'a apporté aide et conseil sur la manière d'améliorer le référencement du site.

Ainsi que les autres stagiaires présents et bien qu'étudiant des domaines différents, nous avons pu travailler ensemble et améliorer nos tâches respectives.

Je garderai un très bon souvenir de cette première immersion dans le monde professionnel.

Synthèse

Etudiant

Nom :
Armando

Prénom :
Frédéric

Adresse :
154 Impasse de la
Brégaille,
83140 Six-Fours

Tel :
0659054369

Mail :
frederickarmando@
gmail.fr

Entreprise

Nom :
Berviller

Prénom :
Isabelle

Adresse :
429 rocade des
playes,
83140 Six-Fours

Tel :
0494345426

Mail :
i.bervillier@egeli.fr

IUT

Nom :
Breandon

Prénom :
Christine

Adresse :
IUT de saint raphael 200,
avenue victor sergent
83700 Saint-Raphaël

Tel :
0494196602

Mail :
cebreaan@univ-tln.fr

Sommaire

Table des matières

Introduction	1
I) Présentation de L'entreprise	2
1) Secteur d'activités, locaux	2
2) Equipe	4
3) Organisation, communication	5
II) Missions confiées et Solutions apportées	6
1) Référencement	7
2) Community Managing	15
3) Emailing	16
4) Formulaire	18
5) Flyers	20
III) Carnet de Bord	24
IV) Première expérience en entreprise	26
V) Conclusion	27
VI) Annexes (notation, absences)	28
VII) Glossaire	34

Introduction

Ma formation au sein du DUT Métiers du Multimédia et de l'Internet comprend une période de stage en entreprise d'une durée de cinq semaines.

C'était pour moi une première expérience dans le monde professionnel et mon objectif était de réaliser ce stage dans un domaine qui ne m'était pas familier.

A la suite d'un entretien avec Mme Berviller et M. Delasalle, l'entreprise Egeli a accepté de m'accueillir en tant que stagiaire du 10 Février au 15 Mars 2014.

Ma principale mission concernait le référencement de leur site internet. J'ai également eu l'occasion de travailler sur d'autres projets importants. On attendait donc de moi de la rigueur, de la motivation et des connaissances en référencement, marketing, graphisme et en programmation.

Tout cela correspondait à mes compétences, même si certaines manquaient, ce stage a été l'occasion de diversifier mes connaissances. J'étais donc impatient à l'idée d'intégrer cette nouvelle structure tout en restant autonome compte tenu du décalage entre mon travail et le leur.

Ce rapport de stage débute en présentant l'entreprise d'accueil et l'environnement auquel j'ai été confronté tout au long du stage.

Dans un second temps, je présenterai les travaux effectués.

Pour chaque partie j'expliquerai la mission confiée, les solutions apportées et je ferai part du recul que j'ai pris sur chacune de ces réalisations.

Ensuite, j'exprimerai mes impressions sur ce stage avant de conclure.

Présentation de l'entreprise

1.1/ Secteur d'activités, locaux

Egeli est une EURL créée le 7 novembre 2008 par Isabelle Berviller.

Leur action consiste à attester des comptes, c'est-à-dire assurer qu'ils n'ont rien relevé qui remette en cause leur cohérence et leur vraisemblance. C'est dans le cadre de cette mission que le chef d'entreprise confie à l'expert-comptable le soin tenir sa comptabilité, ainsi que d'établir des déclarations fiscales et sociales.

Ils peuvent également conseiller et accompagner les entreprises dans leur évolution à court et moyen terme. L'équipe d'Egeli met en oeuvre différentes compétences dans des domaines variés tels que la fiscalité, la gestion, le social, le juridique en plus de leur domaine de prédilection.

De plus, «les ateliers», grande nouveauté de cette année 2014 pour aider les TPE-PME à former des groupes de discussion, et à réaliser les meilleurs choix dans les différents aspects de leurs activités de la création à la formation, en passant par le marketing et l'export.

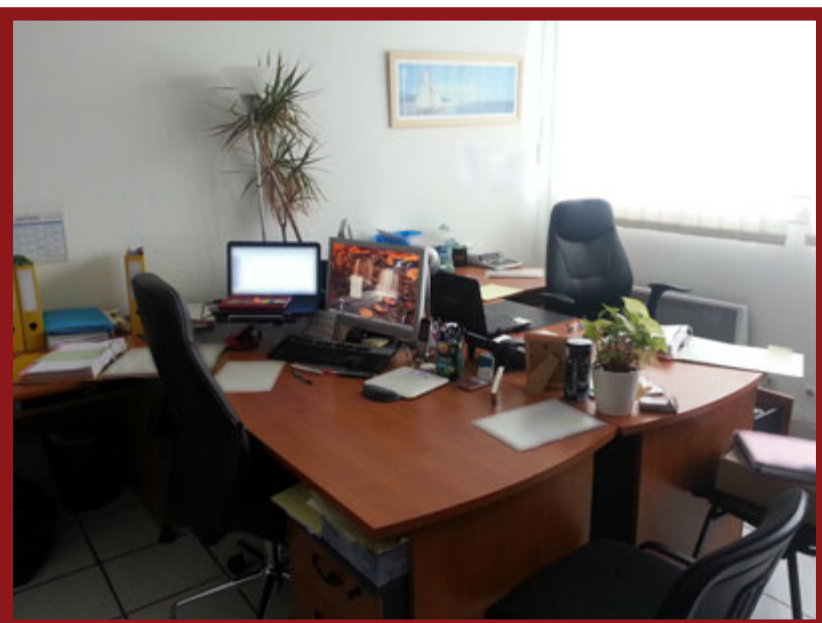
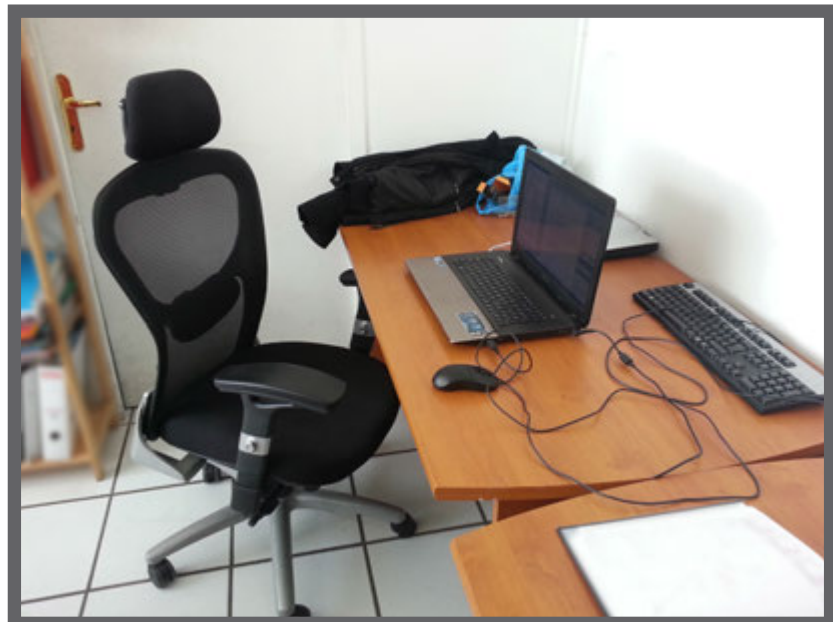
Siège Social :

429 rocade des playes, 83140 Six-Fours
Tél. 04 94 34 54 26 / Fax. 04 94 34 57 99
www.egeli.fr



Vue
extérieure

Mon
bureau



Autres
bureaux

1.2/ Equipe

ISABELLE BERVILLER

Diplômée experte comptable

Maîtrise des Sciences et Techniques Comptable et Financière à l'université de Montpellier

DUT Gestion des entreprises et des administrations à l'IUT de Montpellier

Gérante et associé unique de egeli

Membre de la commission entreprise du Conseil Régional de l'Ordre des Experts Comptables PACAC

Membre de l'association Femmes expert-comptables

Présidente et trésorière d'associations

LAURENT DELASALLE

Collaborateur comptable

BTS comptabilité et gestion, Toulon

Bac comptabilité, Toulon

MARINE SAMMARITANO

Collaborateur comptable

Licence Management des Organisations / Comptabilité Gestion à l'IAE de Toulon

Bac ES spécialité Mathématiques, Lycée Beaussier - La Seyne sur Mer

CORINNE LEGOFF

Responsable service social

DESS des relations sociales en entreprise

CHRISTELLE FUGIER

Avocat - Droit des Affaires

ZAE de la Millonne - L'Arboretum Bât. A1

Rue de Saint-Mandrier - 83140 Six-Fours les Plages

Tél. 04 98 00 46 60 / Fax. 04 98 00 46 66

CYRILLE LA BALME

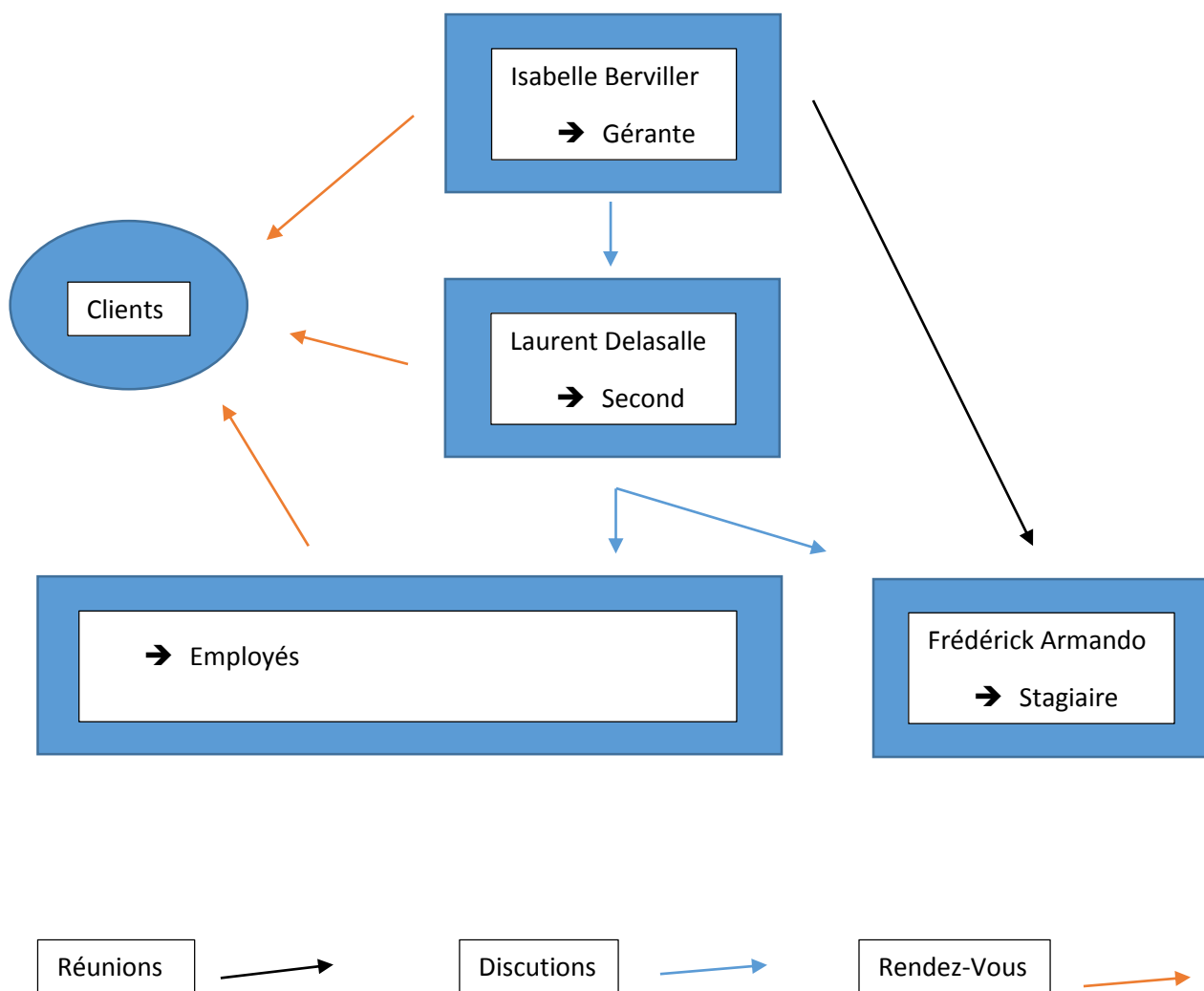
Avocat - Droit des Affaires / Droit de la Famille

512, rue Bouillibaye - Résidence l'Oustalet Bât. B1

83140 Six-Fours les Plages

Tél. 04 94 07 37 78

1.3/ Organisation, communication



Missions confiées et solutions apportées

Au long des cinq semaines composant mon stage, j'ai eu l'occasion de travailler sur différents projets.

Ma tâche principale étant le référencement de leur site, je commencerai par cela via les différentes catégories et moyens mis en oeuvre.

Les tâches annexes portant pour la plupart sur la communication, visuelle et publicitaire, afin de promouvoir le cabinet et ses «Ateliers».

Je terminerai avec le formulaire pour les devis en ligne.

Ces missions sollicitant des compétences différentes, j'ai choisi de répartir mon plan selon ces missions.

Rappel du plan :

- 1) Référencement
- 2) Community Managing
- 3) Emailling
- 4) Formulaire
- 5) Flyers

Ma première matinée en entreprise a été l'occasion d'avoir une réunion au cours de laquelle ma tutrice m'a rappelé mes objectifs.

Elle m'a remis un ensemble de documents, divers identifiants dont j'aurais besoin au cours de mon stage, une déclaration de confidentialité ainsi que l'attribution d'un bureau.

2.1/ Référencement

Le référencement naturel est à différencier du référencement artificiel.

Le premier consiste en deux phases, l'inscription dans les outils de recherche et l'amélioration du positionnement d'un site.

Le second s'apparente à de l'achat d'espace, là où des budgets de publicité sont investis sous forme d'enchères.

2.1.1/ Référencement Naturel

Afin d'améliorer sa position dans les résultats des moteurs de recherche, j'ai tout d'abord effectué des bilans via différents outils de SEO (Search Engine Optimization), afin de combler les manques et d'optimiser ce qui était déjà en place.

Voici les principaux axes de mon action : Ergonomie, contenus et annuaires.

Concernant l'ergonomie, de nombreux critères sont pris en compte.

Commençons par la longueur d'une URL, elle doit être la plus courte possible, tout en étant compréhensible par tout un chacun.

À ce niveau là, le site est bien organisé, cependant ma suggestion de transformer l'URL «comptable-ligne» en «Egeli» faisant ressortir l'identité du cabinet n'a pas été retenue, craignant la perte de clients potentiels.

Un autre critère d'ergonomie étant le temps de chargement, qui en plus d'améliorer l'agrément de l'utilisateur, est devenu un facteur important pour l'apparition en tête de liste des résultats de recherche Google.

Après quelques recherches, j'ai découvert que Joomla propose une solution logicielle permettant d'accélérer considérablement le chargement d'un site via un plugin dénomé Gzip.

Ce procédé a malheureusement été écarté par le webmaster souhaitant éviter tous risques d'erreurs dus à cette compression.

Au niveau du site en lui même, j'ai aussi proposé de supprimer des défilements inutiles surchargeant la page d'accueil, mais «l'impression de mobilité» dégagée par ces éléments souhaitait être conservée.



Une autre de mes propositions qui va rejoindre une partie plus technique du référencement, concerne le pied de page.

Celui-ci indique un grand nombre de villes, dans le but d'être trouvé en cas de recherche spécifique.

Cependant, les pages vers lesquelles mènent ces liens sont considérées comme des doublons par les moteurs de recherche, et jusqu'à un certain niveau assimilé à du spam.

Pour palier à cela, ma suggestion a été de parler de secteurs géographiques, tout en privilégiant les pôles régionaux.



En ce qui concerne l'aspect technique, j'ai tout d'abord travaillé sur la création du SiteMap dont l'absence faisait défaut.

Ce dernier répertorie les URL d'un site de façon à favoriser une exploration plus intelligente par les moteurs de recherche et leurs robot, tout en fournissant des informations complémentaires.

Extrait du SiteMap :

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset
  xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
    http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
  <url>
    <loc>http://www.comptable-ligne.fr/1.0</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comptable-ligne.fr/index.php/qui-sommes-nous/le-cabinet</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comptable-ligne.fr/index.php/qui-sommes-nous/nos-tarifs</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
    [...]
  <url>
    <loc>http://www.comptable-ligne.fr/index.php/pour-qui/tpe/38-nos-missions/40-nos-
missions</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comptable-ligne.fr/index.php/pour-qui/pme/38-nos-missions/40-
nos-missions</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comptable-ligne.fr/index.php/pour-qui/associations/38-nos-mis-
sions/40-nos-missions</loc>
    <changefreq>weekly</changefreq>
  </url>
</urlset>
```

Ensuite j'ai travaillé sur le titre de la page d'accueil, celui-ci devrait contenir entre 10 et 70 caractères (espaces compris).

Il faut s'assurer que le titre est suffisamment explicite et qu'il contient les mots clés les plus importants.

C'est donc dans cette optique que j'ai remplacé le titre de la page d'accueil dénommé «accueil» en «Egeli Experts-Comptable»

Une autre de mes tâches portait sur les mots clés.

Ceux-ci sont d'une importance moindre suite aux divers spam que les moteurs de recherche ont subi ces dernières années, mais restent cependant utiles.

La balise Meta est utilisée pour préciser les mots clés qui sont en rapport avec le contenu d'un site web.

Nuage de mots clés :

Entreprise, Egeli, cabinet, ligne, var, commerçant, équipe, utiles, garanties

Cohérence des mots clés :

Mots clés	Freq.	Titre	Desc	<H>
★★★ var	4	×	×	✓
★★★ egeli	4	×	✓	✓
★★★ entreprise	4	×	✓	×
★★★ pdf	3	×	×	×
★★★ comptable	3	×	✓	✓

Mots clés (2 mots)	Freq.	Titre	Desc	<H>
★★★ pdf faq	2	×	×	×
★★★ offert pdf	2	×	×	×
★★★ garanties offert	2	×	×	×
★★★ e-compta garanties	2	×	×	×
★★★ faq facebook	2	×	×	×

Le gros du travail que j'ai accompli en référencement concerne cependant les descriptions, celles-ci doivent être uniques et le plus concis possible.

Mon objectif étant d'utiliser au maximum 250 caractères, tout en conservant l'essentiel du contenu des pages du site et en y insérant judicieusement des mots clés.

Extraits des Descriptions :

ADRESSES UTILES : 249

Votre expert-comptable vous présente un ensemble d'adresses utiles à une meilleure gestion de votre entreprise : Communication, Graphisme, ACCRE, EDEN, Financements, Etudes de marchés, Création d'entreprise, Accompagnement, Assurances et Patrimoine.

ARTISAN : 225

Vous êtes ARTISAN : votre expert-comptable vous assiste et vous conseille pour la création, la gestion, la transmission de votre entreprise, pour toutes les tâches administratives, comptables, fiscales, juridiques, sociales.

ASSOCIATION : 216

Vous êtes une ASSOCIATION : votre expert-comptable vous assiste et vous conseille pour la création, la gestion, les manifestations, pour toutes les tâches administratives, comptables, fiscales, juridiques, sociales.

AVIS SUR VOTRE PROJET DE CRÉATION D'ENTREPRISE : 211

Votre expert-comptable vous accompagne dans l'analyse de la faisabilité de votre projet de création d'entreprise. Vous créez ainsi en toute sérénité. Gain de temps et sécurisation financière. Près de chez vous.

BUSINESS PLAN OU PRÉVISIONNEL FINANCIER : 208

Votre expert-comptable réalise votre business plan ou prévisionnel financier dans le cadre de votre création ou développement d'entreprise. Afin d'obtenir des financements ou de mieux gérer votre entreprise.

CABINET D'EXPERTISE-COMPTABLE EGELI : 189

Egeli, votre expert-comptable partenaire de votre réussite, vous assiste et vous conseille pour la création, la gestion et l'administration de votre entreprise. Se déplace dans vos locaux.

CHOIX DU STATUT : 188

Votre expert-comptable vous conseille dans le choix du meilleur statut juridique pour votre entreprise, de sa forme juridique, fiscale ainsi que dans le choix de votre régime d'imposition.

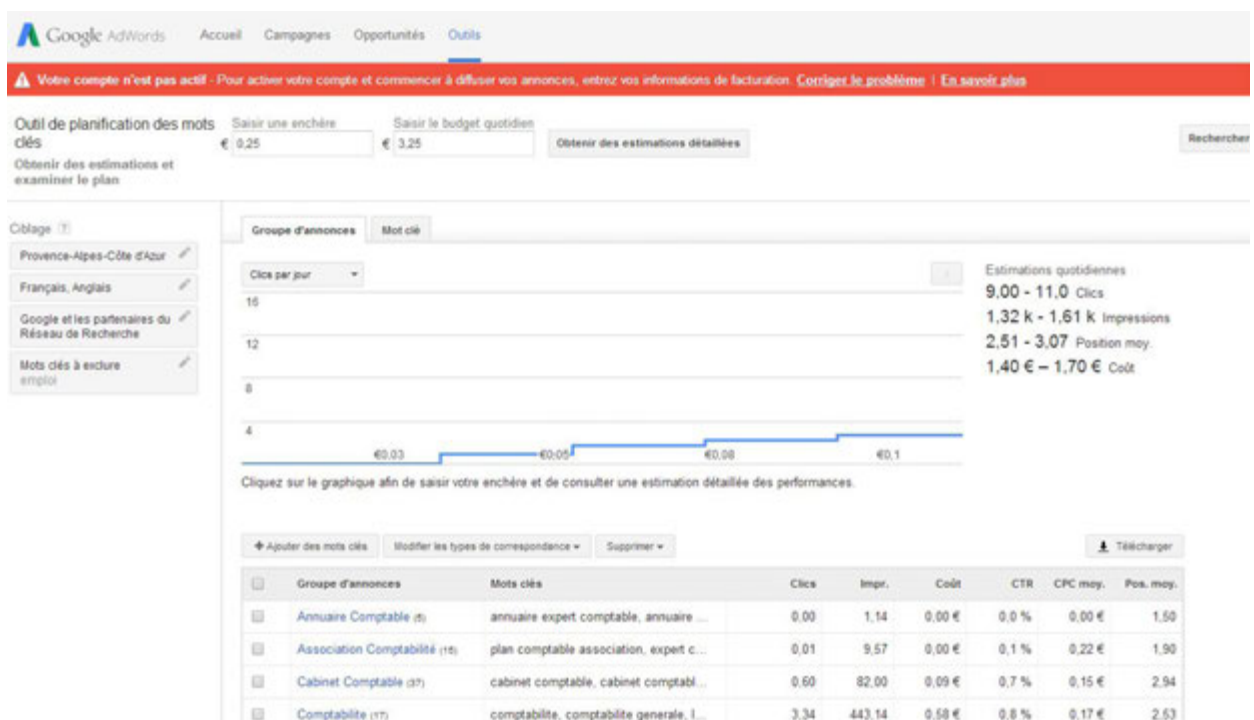
2.1.2/ Référencement Artificiel

Le référencement artificiel fait appel à des régies publicitaires afin de mettre en avant son annonce de manière payante.

Les annonceurs paient lorsque l'internaute clique sur la publicité selon un système d'enchères.

La régie la plus connue et la plus utilisée est Adwords, service créé par Google dans les années 2000.

N'ayant qu'une enveloppe de 100€, j'ai dû apprendre à créer et à optimiser une ou plusieurs campagnes adwords en cherchant des termes «de niche» et en éliminant les termes superflus et/ou ayant un «coup au clic» trop élevé.



Simulations de campagnes :

Budget : 100€

Termes de recherche	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Enchère suggérée	Taux d'impr. des annonces	Ajouter au plan
comptable	4 400	Moyenne	3,47 €	0 %	»

Mot clé (par ordre de pertinence)	Nombre moy. de recherches mensuelles	Concurrence	Enchère suggérée	Taux d'impr. des annonces	Ajouter au plan
plan comptable	2 400	Faible	1,05 €	0 %	»
expert comptable	1 900	Élevée	5,38 €	0 %	»

Comptable :

Votre plan
Conservé jusqu'au 22 févr. 2014

Plage d'enchères ?
0,00 € – 3,61 €

Estimations **quotidiennes**
0,00 - 78,7 Clics
0,00 € – 98,00 € Coût

Groupes d'annonces : 1

Comptable (1)

Expert Comptable :

Votre plan
Conservé jusqu'au 22 févr. 2014

Plage d'enchères ?
0,00 € – 12,26 €

Estimations **quotidiennes**
0,00 - 48,3 Clics
0,00 € – 99,00 € Coût

Groupes d'annonces : 1

Comptable (1)

- Sur 1 semaine : (~440)

Votre plan
Conservé jusqu'au 22 févr. 2014

Plage d'enchères ?
0,00 € – 0,67 €

Estimations quotidiennes
0,00 - 65,9 Clics
0,00 € – 15,00 € Coût

Groupes d'annonces : 14

Secrétaire Comptable (3) x
Comptabilité D (5) x
Comptable Conseil (5) x

Mots-clef : **à approuver**

agent comptable
aide.comptable
aide.comptable debutant
annuaire comptable
annuaire des experts comptables
annuaire expert comptable
annuaire expert comptable paris
annuaire experts comptables
apprenti comptable
association comptabilité
association comptable
association des comptables
association expert comptable
attestation comptable

- Sur 2 semaine : (~780/390s)

Votre plan
Conservé jusqu'au 22 févr. 2014

Plage d'enchères ?
0,00 € – 0,33 €

Estimations quotidiennes
0,00 - 54,4 Clics
0,00 € – 7,00 € Coût

- Sur ~2 Mois : (~1990/250s)

Votre plan
Conservé jusqu'au 22 févr. 2014

Plage d'enchères ?
0,00 € – 0,11 €

Estimations quotidiennes
0,00 - 35,9 Clics
0,00 € – 1,80 € Coût

2.2/ Community Managing

Le Community Managing consiste à animer et à fédérer des communautés sur Internet pour le compte d'une société ou d'une marque.

C'est donc dans cette optique que j'ai créé une page Facebook professionnelle et ai ajouté du contenu ainsi que changé les illustrations des différents comptes Google.



2.3/ Emailing

Ma contribution a la campagne d'emailing reste d'ordre graphique, mais j'ai aussi été formé à utiliser un outil dédié appelé «MailChimp», qui permet d'envoyer des campagnes d'emailing à partir d'une base de donnée comprenant des clients potentiels.

Cet outil permet en outre un suivi des emails, ainsi que des statistiques détaillées concernant l'ouverture et le taux de clics générés par ces mails.

COMMUNIQUE DE PRESSESix-Fours, vendredi 28 février 2014



Les ateliers

EGELi

vosre cabinet d'expertise comptable
partenaire de votre réussite

ARTISANS, COMMERÇANTS, TPE, PME... LES PETITES STRUCTURES S'OUVRENT AU MARKETING POUR S'EN SORTIR

Le 24 mars prochain, Egeli organise un atelier marketing et communication spécial petites structures

Le marketing et la communication ne sont pas l'exclusivité des grandes entreprises

Bien souvent les petites entreprises sous-estiment leur capacité à communiquer. Il

Autre campagne d'emailling :

ATELIER MARKETING & COMMUNICATION



Les
ateliers

EgeLi

votre cabinet d'expertise comptable
partenaire de votre réussite

INVITATION A NOTRE ATELIER MARKETING & COMMUNICATION

Chère Cliente, Cher Client,

Comme nous vous en avons informé il y a quelques mois, nous avons mis en place un nouveau service de soutien et conseil à nos clients : les Ateliers EgeLi.

Le premier atelier de l'année a eu lieu le 16 janvier dernier sur le thème de l'export. Cette rencontre conviviale a permis aux participants de faire part de leurs doutes, de leurs expériences et de s'initier à la démarche export.

2.4/ Formulaire

Une autre de mes missions consistait en la création d'un formulaire de devis en ligne, à la base en PHP, mais suite aux diverses demandes de modifications et de la possibilité d'édition après mon départ, j'ai décidé d'utiliser un outil de création de formulaire Google, lequel couplé à un script permet au cabinet de recevoir les réponses par mail et ainsi fournir un devis au client potentiel en 48-72h.

Devis en ligne

Vos informations resteront confidentielles et ne seront pas transmises à un tiers.

***Obligatoire**

Nom de votre Structure *

N° de Siret
Ne pas indiquer si c'est une démarche de création d'entreprise
Forme juridique *
Nom / Prénom du responsable *
Numéro de téléphone *
Fixe et/ou mobile
Adresse E-mail *

Script Mail :

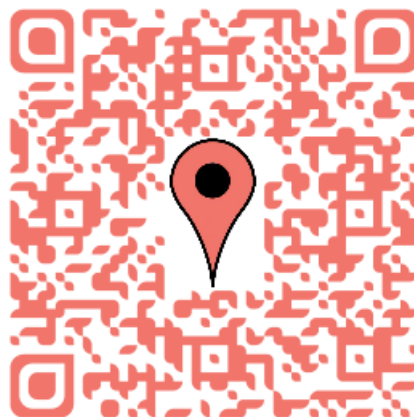
```
function sendEmails() {  
    var sheet = SpreadsheetApp.getActiveSheet();  
    var startRow = 2; // First row of data to process  
    var numRows = 2; // Number of rows to process  
    // Fetch the range of cells A2:B3  
    var dataRange = sheet.getRange(startRow, 1, numRows, 2)  
    // Fetch values for each row in the Range.  
    var data = dataRange.getValues();  
    for (i in data) {  
        var row = data[i];  
        var emailAddress = row[0]; // First column  
        var message = row[1]; // Second column  
        var subject = "Sending emails from a Spreadsheet";  
        MailApp.sendEmail(egeli83140@gmail.com, Devis);  
    }  
}
```

Bases PHP :

```
<html>  
<?php  
$to = "egeli83140@gmail.com";  
$subject = "Contact";  
$message =  
"Nom et prenom: " . $_POST['name'] . "\r\n".  
"Adresse mail: " . $_POST['email'] . "\r\n".  
"Objet: " . $_POST['objet'] . "\r\n".  
"\r\n".  
"Message: " . $_POST['message'];  
$from=$_POST['email'];  
$headers = "From: $from" . "/r/n";  
mail($to,$subject,$message,$headers);?>  
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://  
www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">  
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">  
<body>  
Le message de ce formulaire a été envoyé !  
</body>  
</html>
```

2.5/ Flyers

Afin de communiquer autour de l'atelier marketing organisé par Egeli, il m'a été demandé de réaliser un flyer, j'en ai profité pour créer des QR-codes dédiés au Facebook de l'entreprise ainsi qu'à sa page Google Maps.



BRIEF CREATIF

Résumé de la demande à transmettre au graphiste chargé de créer un visuel (affiche, bannière flyer, plaquette de présentation...). Certains créatifs le demandent, d'autres s'en passent, ou le demandent sous une autre forme. Mais globalement il est toujours important d'indiquer au créatif ce que l'on veut, l'objectif que l'on cherche à atteindre, le ton que l'on souhaite donner à l'événement (pro, festif...) afin de le guider dans la conception du visuel.

EXEMPLE ATELIER MARKETING

Objet :

Création d'une affiche annonçant le prochain atelier marketing qui sera distribuée aux commerçants de Six-Fours pour affichage vitrine.

Objectif :

Informers les TPE/PME de l'organisation d'un atelier marketing et les encourager à y participer.

Cible :

artisans, commerçants, TPE, PME toutes activités confondues des communes à l'ouest de Toulon (Six-Fours, La Seyne, St Mandrier, Ollioules, Sanary, Bandol...)

Budget :

Délais :

Diffusion de l'affiche 2 semaines avant l'atelier

Design :

Insérer images d'activités professionnelles ? pour que la cible se reconnaisse immédiatement dans l'affiche et se dise « tiens ça c'est pour moi »

Le ton :

Dynamique, pertinent

Les mentions : l'affiche devra contenir :

- la date et l'heure de l'atelier
- le lieu de l'atelier
- le logo Egeli
- le logo NBC (intervenant dans l'atelier)
- éventuellement le logo de BCSF ? (à voir avec Isabelle)

Format d'impression : A4

Version définitive :

Commerçants

Tpe

Pme

Artisans

DEMARQUEZ-VOUS DE VOS CONCURRENTS
AUGMENTEZ VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

**ATELIER
MARKETING & COMMUNICATION
SPECIAL PETITES STRUCTURES**

Les réponses à vos questions
et les conseils pratiques pour réussir !

Lundi 24 mars 2014
de 10h à 12h

Dans les locaux d'Egeli,
429 Rocade des Playes à Six-Fours

Renseignements et inscriptions :
i.berviller@egeli.fr ou 04 94 34 54 36
www.egeli.fr

Places limitées / participation : 10 €




votre cabinet d'expertise comptable
partenaire de votre réussite

Ancienne Version :



tpe pme Associations Artisans Commerçants

DEMARQUEZ-VOUS DE VOS CONCURRENTS
AUGMENTEZ VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

Le marketing, c'est quoi ? Les bons tuyaux pour réussir
À portée de tous !

Pas de temps à consacrer au développement de votre activité ?
Pas le budget ou pas le savoir-faire ?

Participez à notre atelier et apprenez à mettre en place des actions
concrètes avec un minimum de temps et de connaissances

**ATELIER MARKETING & COMMUNICATION
SPECIAL PETITES STRUCTURES**

Les réponses à vos questions et les conseils pratiques pour réussir !

**Lundi 17 mars 2014
de 10h à 12h
Hôtel**

Renseignements et inscriptions :
i.berviller@egeli.fr ou 04 94 34 54 36
www.egeli.fr

Places limitées / participation : 10 €

3/ Carnet de bord

Tâche	Date	Description
Référencement Analyse 1	10/02/2014	Utilisation d'outils de SEO tel que Woorank et Google dev tools
Référencement Analyse 2	11/02/2014	Interpretation des résultat et premières pistes de recherche
Référencement Analyse 3	12/02/2014	Compte rendu des pistes de recherche
Reunion avec le Webmaster	13/02/2014	Discussion sur les améliorations possibles ou non
	14/02/2014	Fermeture exceptionnelle
	15/02/2014	
	16/02/2014	
Référencement Solution 1	17/02/2014	Listing des améliorations possibles
Référencement Solution 2	18/02/2014	Listing des améliorations possibles et recherche de mise en application
Référencement Solution 3	19/02/2014	Recherche de mise en application
Référencement Solution 4	20/02/2014	Communication des procédure de mise en application
Référencement Solution 5	21/02/2014	Communication des procédure de mise en application et ajustement
Community Managing	24/02/2014	Création et administration de page sur les divers réseau sociaux
Joomla 1	25/02/2014	Recherche et ajout d'un module news avec google plus
Flyer 1	26/02/2014	Création d'un flyer en collaboration avec la stagiaire en marketing
Flyer 2	27/02/2014	Poursuite du travail sur le flyer
Flyer 3	28/02/2014	Fin du travail sur le flyer
	01/03/2014	
	02/03/2014	
Emailing 1	03/03/2014	Graphisme de la campagne emailing
Emailing 2	04/03/2014	Formation aux outils dédiés

Adword 1	05/03/2014	Création d'une campagne adword
Adword 2	06/03/2014	Epuration de la campagne adword
Adword 3	07/03/2014	Remise en question de l'interêt d'un tel campagne (coût/clic)
	08/03/2014	
	09/03/2014	
Formulaire	10/03/2014	Création d'un formulaire de devis en ligne
Formulaire	11/03/2014	Création d'un formulaire de devis en ligne
Joomla 2	12/03/2014	Intégration du formulaire avec joomla
Adword 4	13/03/2014	Campagne "Prévisionnel"
Gandi / LBC	14/03/2014	Gestion mail et annonces sur le bon coin

Légende :

Week-end	Semaine Impaire	Semaine Paire
----------	-----------------	---------------

4/ Première expérience en entreprise

Tout d'abord, j'aimerais souligner et remercier le professionnalisme du cabinet Egeli, je pense avoir eu un aperçu réaliste du monde de l'entreprise.

Le fait de travailler en autonomie m'a permis d'améliorer mon organisation, mais aussi ma manière de communiquer avec des personnes de domaines différents dans le but d'échanger pour avancer. J'ai tout de même eu quelques occasions de discuter avec l'équipe et avec mon «chef de projets». Leur confiance fût pour moi une récompense.

De plus, ma volonté et ma motivation ont contribué au bon déroulement de ce stage. J'ai été ponctuel, sociable et professionnel chaque jour, ce qui m'a permis de m'adapter au fonctionnement de l'entreprise.

Les missions que l'on m'a confiées ont pour la plupart été en rapport avec ma formation, même si certaines compétences ont dû être acquises au cours de celles-ci.

J'ai une meilleure visibilité de ce qu'est le métier de référenceur web, et bien qu'il ne soit pas en adéquation avec mes projet d'avenir il m'a fait découvrir d'autres facettes du web.

Par ailleurs, ma mission ne s'est pas arrêtée là puisque j'ai aussi pu travailler en tant qu'infographiste et conseiller marketing, ce qui souligne l'adaptabilité de la formation MMI.

Je suis donc conforté dans l'idée de continuer mes études au-delà du DUT, vers une license voire un master.

S'agissant de mon entreprise d'accueil, j'espère avoir correctement rempli mes missions tout en proposant des solutions originales et adaptées.

5/ Conclusion

En tant qu'étudiant, je considère que ce stage m'a été grandement bénéfique. J'ai pu mettre à contribution mes compétences et m'améliorer dans des domaines qui ne me plaisaient pas au premier abord.

J'aurais à l'avenir un regard plus professionnel sur ma formation et je comprendrai la finalité de chaque savoir-faire acquis.

J'ai d'ailleurs réalisé une nouvelle version de mon site internet suite aux nouvelles fonctionnalités que j'ai appris à manier.

Au-delà du travail accompli, je pense avoir développé un certain savoir-être notamment en terme de confiance personnelle. J'ai réussi à surmonter certaines difficultés qui me paraissaient hors de portée en m'attelant à décortiquer une problématique en plusieurs tâches distinctes donc plus faciles à solutionner.

Le stage en entreprise permet de mettre en exergue les compétences acquises à l'IUT avec au demeurant un vécu d'une richesse authentique. Mes projets de poursuite d'étude ont pu être mis en balance avec le milieu professionnel, ce qui me conforte pour mes choix à venir.

6/ Annexes



AUTORISATION D'ABSENCE OU DE CONGE

NOM : ARMANDO Frédéric

DATE DE L'ABSENCE : 14 février 2014

HEURES DE L'ABSENCE : Journée entière

MOTIF : fermeture exceptionnelle du cabinet.

RECUPERATION : OUI ☒ NON

Si oui DATE :

Signature du salarié

Signature de l'employeur



AUTORISATION D'ABSENCE OU DE CONGE

NOM : ARDANDO Frédéric

DATE DE L'ABSENCE : 06/03/2014

HEURES DE L'ABSENCE : 16H30 - 17H

MOTIF : Demande de Procuration
au conseil d'administration municipal

RECUPERATION : ☒ OUI ☐ NON

Si oui **DATE :** 06/03/2014 de 13H à 13H30

Signature du salarié

Signature de l'employeur

pour IUT, MMI

EVALUATION DU STAGIAIRE

Nom et prénom de l'étudiant : ARMANDO Frederich
 Entreprise (et service) : EGELI, expertise-comptable

Année : 2014

APTITUDES PROFESSIONNELLES :

NOTE : / 20

Travail en entreprise	Excellent	Bon	Moyen	Insuffisant
Connaissances techniques de base	Excellentes	Bonnes	Moyennes	Insuffisantes
Organisation	Très autonome	A besoin d'un appui dans les phases clés	Sollicite très souvent de l'aide	Dépendant
Rigueur de conduite et d'exploitation des analyses	Excellente	Bonne	Moyenne	Insuffisante
Capacité d'adaptation à une technique nouvelle	Excellente	Bonne	Moyenne	Insuffisante
Aptitude à résoudre un problème pratique	Propose une solution originale	Sait utiliser le potentiel de l'entreprise	Se contente d'appliquer ses connaissances	Aucun effort d'imagination
Curiosité pour l'environnement	Actif pour connaître	S'intéresse à ce qu'il voit	Indifférent à ce qui sort de son sujet	Refuse de voir son environnement
Aptitude à la communication	Excellente	Bonne	Moyenne	Insuffisante

Comportement :

Présentation	Excellente	Bonne	Moyenne	Négligé
Intérêt Manifesté	Ne ménage pas son temps	Conscientieux	Se limite au minimum imposé	Absentéisme mauvaise volonté
Sociabilité	Animateur	Participe activement	Suit le mouvement	S'intègre difficilement
Aptitude vis - à - vis du personnel	Très apprécié	Apprécié	Laisse indifférent	Difficilement Admis
Dynamisme et persévérance	Tenace	Actif	Moyen	Abandonne, se décourage

OBSERVATIONS DIVERSES :

1. Les activités sont-elles concrètement accomplies ? Oui
2. Les objectifs fixés sont-ils atteints ? Oui
3. L'étudiant s'est-il bien intégré dans l'entreprise ? Avec l'équipe de travail ? Oui
4. Quelle est sa capacité d'organisation ? Bonne
5. Quel est son comportement général ? ponctualité vestimentaire.... Bien
6. Quels sont ses atouts ou au contraire ses points faibles concernant son métier futur ? Je suis pro.

le 13-03-2014, Solène Seiller
gerante

Société EGELI
 Expert - Comptable
 429 rocade des playes
 83140 SIX-FOURS LES PLAGES
 Tél : 04.94.34.54.26 - Fax : 04.94.34.57.99
 Siret : 505 940 691 00010



ENGAGEMENT DE DISCRETION

Mr Armando Frédérick s'engage pendant toute la durée de son stage du 10/02/2014 au 15/03/2014 inclus, pour une durée de 5 semaines, ainsi qu'après sa cessation, à observer la discrétion professionnelle la plus stricte concernant tout fait ou information se rapportant aux activités de la société auxquels il aura accès à l'occasion et dans le cadre de ses fonctions.

Notamment, il ne divulguera à quiconque les informations relatives aux clients de la société. Aucun nom de client ne devra apparaître dans le rapport de stage, et celui-ci devra nous être présenté pour validation. Aucune attestation de stage ne sera délivrée sans que le rapport de stage ait été validé par la direction.

Il sera lié par la même discrétion vis-à-vis de tout renseignement ou document dont il aura pris connaissance.

Tous les documents mis à la disposition de Mr Armando Frédérick pour mener à bien sa tâche ne sauraient quitter l'enceinte de la société sans autorisation de la direction, et resteront la propriété de celle-ci.

Mr Armando Frédérick s'engage à faire valider son rapport de stage par Isabelle Berviller avant de le présenter à son établissement de formation.

Fait à Six Fours les plages, le 10/02/2014

Tél : 04 94 34 54 26
Fax : 04 94 34 57 99
i.berviller@egeli.fr

429, rocade Playes
Immeuble l'anthurium
83140 SIX-FOURS-LES-PLAGES

SARL au capital de 85 000 €
RCS TOULON 508 940 681
Code APE : 6920Z

www.egeli.fr

Engagement de non plagiat.

Je soussigné,

N° carte d'étudiant :

Déclare avoir pris connaissance de la charte des examens et notamment du paragraphe spécifique au plagiat.

Je suis pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une partie de document publiés sous quelques formes que ce soit (ouvrages, publications, rapports d'étudiant, internet etc...) constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée.

En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées pour produire et écrire ce document.

Fait le

Signature(s)

Ce document doit être inséré en première page de tous les rapports, dossiers et/ou mémoires.

Document du chapitre 10 annexe 5, issu de la Charte des examens adoptée en Conseil d'Administration le 11 juillet 2013 après avis du CEVU du 27 juin 2013 - Délibération N°2013-73

**Grille de notation du
rapport de stage SRC 1**

Nom et prénom de l'étudiant :

Nom de l'entreprise :

Nom du correcteur :

Critères	Notes
Forme (sur 6 points)	
Présentation (Couverture, page de garde, synthèse, sommaire, pagination, en-tête et pied de page...)	/2
Orthographe	/2
Style de rédaction et intérêt de la lecture (phrase bien construite, enchaînement logique et facile, pas de phrase inutile)	/2
Contenu (sur 14 points)	
Plan, sommaire (le sommaire doit faire apparaître un plan explicite, évitez les intitulés « bateau »)	/1
Contexte entreprise (structure de l'entreprise, son environnement, ses activités)	/1
Déroulement en stage (votre situation dans l'entreprise et votre évolution, bilan personnel et professionnel)	/2
Analyse de la communication interne et externe : <ul style="list-style-type: none"> les dispositifs de communication, analyse de l'entreprise : (les différentes formes de communication et leur analyse; exemple: note de service, discussion non formelle, décisions collectives, etc.) 	/2
Analyse d'organisation : (les protocoles de communication, la hiérarchie et l'organisation des services, etc)	/2
Qualité du diagnostic : (à analyser la situation, à identifier le ou les problèmes, à trouver des solutions, à apporter des propositions, à tirer des conclusions et des enrichissements)	/2
Présentation du micro-projet : 1. l'explication du projet, le détail des fonctionnalités, une liste de problématiques, contraintes. 2. Réponse technique à la problématique posée	/2 /1
Journal de bord	/1
Commentaire :	
Total correction rapport (sur 20 points)	Note/20



services et réseaux
de communication

