



Parcours

Projets

Contact

Expérience Formation

Communications & Event Coordinator

Publicis France · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Employer Branding:

- Benchmarking employer branding practices and innovations.
- Managing the career site and job boards (articles on campaigns, company life, etc.).
- Overseeing the HappyTrainees 2025 certification campaign (surveys, mailings, follow-up, and analysis) and promoting the 2024 label internally and externally (LinkedIn, job boards, career site).
- Hosting a CV coaching session at JAO 2025.

Campus Engagement:

- Rebranding Campus events (identity, tone, PPT & mailing templates).
- Organizing Campus onboarding sessions (150-200 participants): logistics, vendors, welcome kits, speakers, and presentation materials. • Leading personal branding workshops (logistics, sessions for 20-30 students,
- CV coaching). • Organizing and attending school partnership events to promote the
- company.

Marketing & Communications Assistant

Hitachi Rail (Ex Thales) · Internship Feb 2024 - Aug 2024 · 6 mois Vélizy-Villacoublay, Île-de-France, France · Hybrid

- Rebranding and updating client reference communication materials in preparation for Innotrans 2024 and the merger with Hitachi (database, brochures, presentation).
- Assisting in highlighting the product portfolio to support product managers (templates, brochures, presentations, intranet pages, B2B showcase site). • Analyzing the results of the annual internal convention (9455 participants); contributing to the creation of videos (briefing, script, and storyboard) and press releases; managing the intranet (writing articles, creating thematic
- subsites). • Rebranding and updating client reference communication materials in preparation for Innotrans 2024 and the merger with Hitachi (database,
- brochures, presentation). Assisting in highlighting the product portfolio to support product managers (templates, brochures, presentations, intranet pages, B2B showcase site). • Analyzing the results of the annual internal convention (9455 participants); contributing to the creation of videos (briefing, script, and storyboard) and press releases; managing the intranet (writing articles, creating thematic subsites).

Communications Assistant

SNCF RESEAU · Apprenticeship sep 2022 - Jun 2023 · 10 mos Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

- Creation of internal newsletters and the 2022 activity report: Reporting, interviews, data collection, article writing, layout, and distribution (500
- employees).
- Coverage of events (award ceremonies, inter-company challenges).
- On-site reporting: photography, interviews, videos (filming and editing). • Creation of visuals and animations for the company's screens.

Manager Assistant

SNCF RESEAU · Apprenticeship Sep 2020 - Aug 2022 · 2 yrs Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

Management and administration of SharePoint sites and KPI tracking (200

- employees): • Creation of a SharePoint site request process (gathering requirements). • Development of appropriate naming conventions and site structures.
- Creation and management of site access.
- Employee training through tutorials and meetings. • Data analysis and continuous platform improvements.
- Meetings and knowledge sharing with unit leaders to harmonize practices within and across units.

Other responsibilities:

reservations, and session facilitation).

- Data entry of complex information into a field tour tracking software. • Organization of monthly unit meetings (room reservations, slide
- preparation, invitations). • Scheduling of EIA (invitations, planning management).
- Organization of co-development sessions (managing registrations, room

Content Creator (Streaming)

Twitch · Self-employed Aug 2018 - Sep 2020 · 2 yrs 2 mos Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

- Channel management and animation
- Leadership of a moderation team (5 people) • Branding creation and establishment of a consistent brand presence on
- social media, including YouTube, Discord, and Twitter • Partnership with an e-commerce site for computer hardware
- Management and configuration of different scenes (Screamlabs) and video editing

2025

Master Planning Stratégique

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description

Master Planning Stratégique

ISCOM Rennes · Formation continue sep 2023 - Jun 2024 · 1 yrs Rennes, Bretagne, France

Description

2024

Master Planning Stratégique

SNCF RESEAU · Apprenticeship sep 2022 - Jun 2023 · 10 mos Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

Description

2023

La ligugéenne de Badminton

Description

Bachelor Chargée de projet evenementiel

IDAIC · Apprenticeship sep 2022 - Jun 2023 · 10 mos Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

Description

2022

Unis Vert Marbourg

Description

BTS Assistant Manager

ESA - Ecole Supérieur de L'alternance sep 2020 - Jun 2022 · 2 yrs Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

Description

2020

Licence de Psychologie

Faculté de Psychologie sep 2017 - Jun 2018 · 1 yrs Poitiers, Nouvelle-Aquitaine, France

Description





Tiphaine Jeannot

Une pluie d'idées va bientôt s'abattre sur votre agence



Parcours



Contact



Nom projet, thématique, etc.











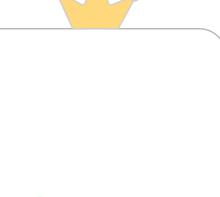




LookUP

Iscom Paris - 2024 Challenge d'innovation

Description



Les questions d'EKO

Iscom Rennes - 2023 Hackaton Reboot

Réalisé dans le cadre du Hackaton Reboot 2023 sur le thème de la communication responsable, ce livre jeunesse de 32 pages a été entièrement pensé, écrit et illustré en 3 jours...

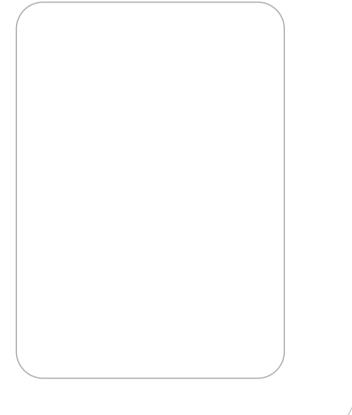




Blackminton 2023

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description





Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description







Unis Vert Marbourg Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description

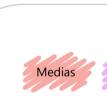




Dyson car Iscom Paris · Apprenticeship

Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description







Magazine Netflix Iscom Paris · Apprenticeship

Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description





Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description





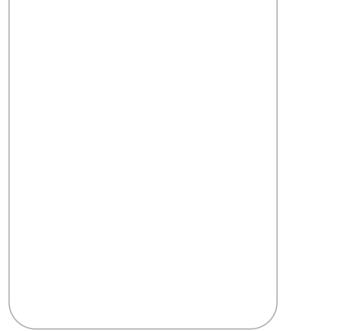




SNCF Réseau

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description



Maison 41

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description



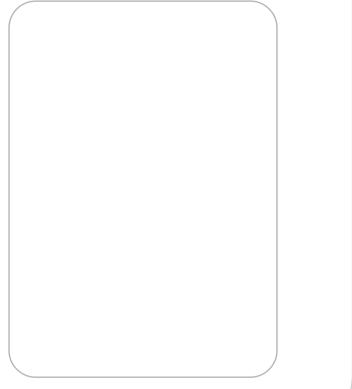




Hitachi (Thales)

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

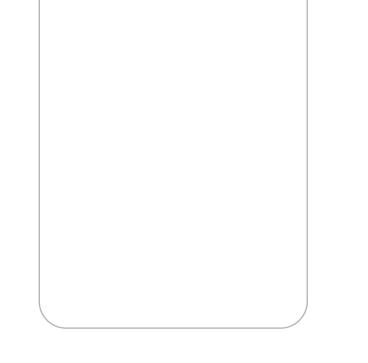
Description



Publicis

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description



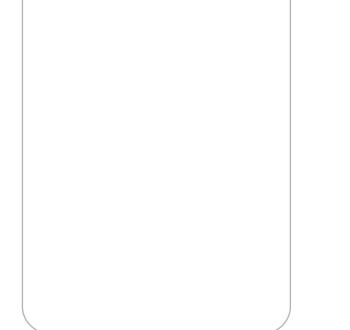




Les questions d'EKO Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois

Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description

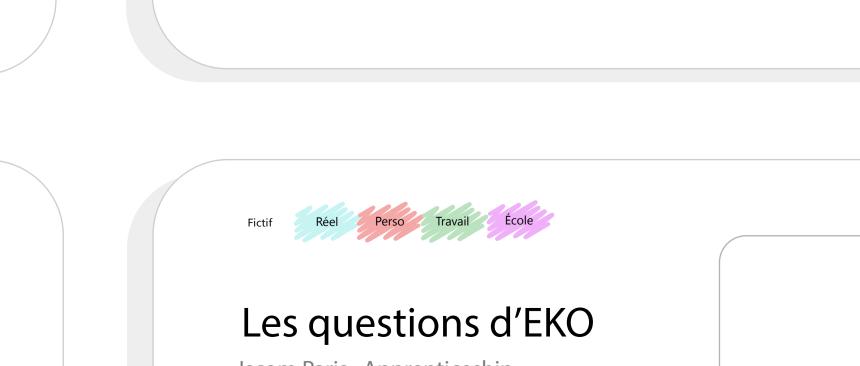




Les questions d'EKO

Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description







Les questions d'EKO Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois

Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description



Iscom Paris · Apprenticeship Sep 2024 - Present · 7 mois

Paris, Île-de-France, France · Hybrid

Description



Tiphaine Jeannot





Parcours

Projets

Contact



Prenons contact!



Parcours



Contact

Projets > Unis Vert Marbourg

< Retour aux projets

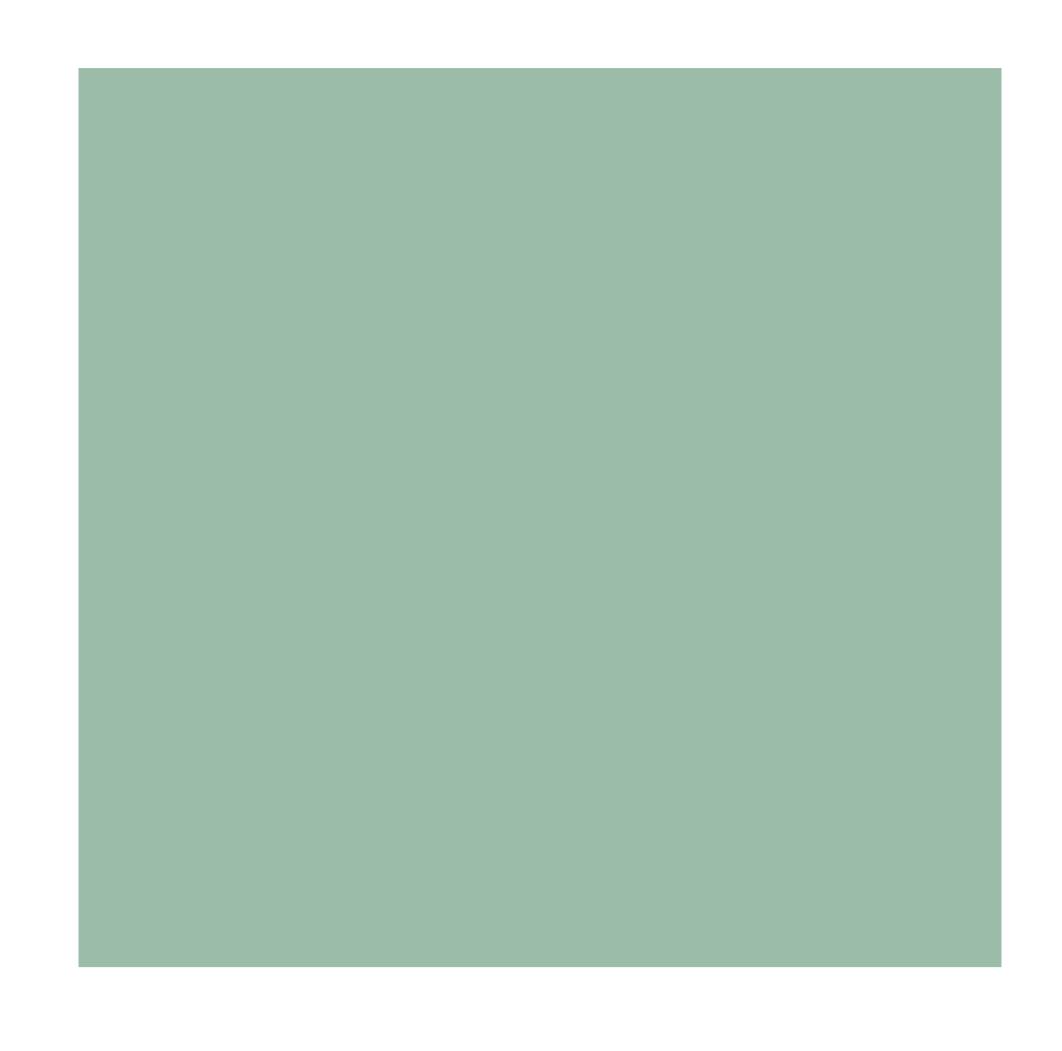
Unis Vert Marbourg



Empreintes de changement

Le projet "Unis Vert Marbourg " a été créé pour répondre au défi de la ville de Poitiers "Vivons l'Europe en route pour Poitiers Marbourg" qui a été organisé pour sa première année dans le cadre des 60 ans de jumelage entre la ville de Poitiers et la ville de Marbourg. Le principe du défi était d'imaginer et d'organiser un voyage à Marbourg symbolisant l'amitié franco-allemande en se servant de moyens de transport alternatifs à l'avion et à la voiture.





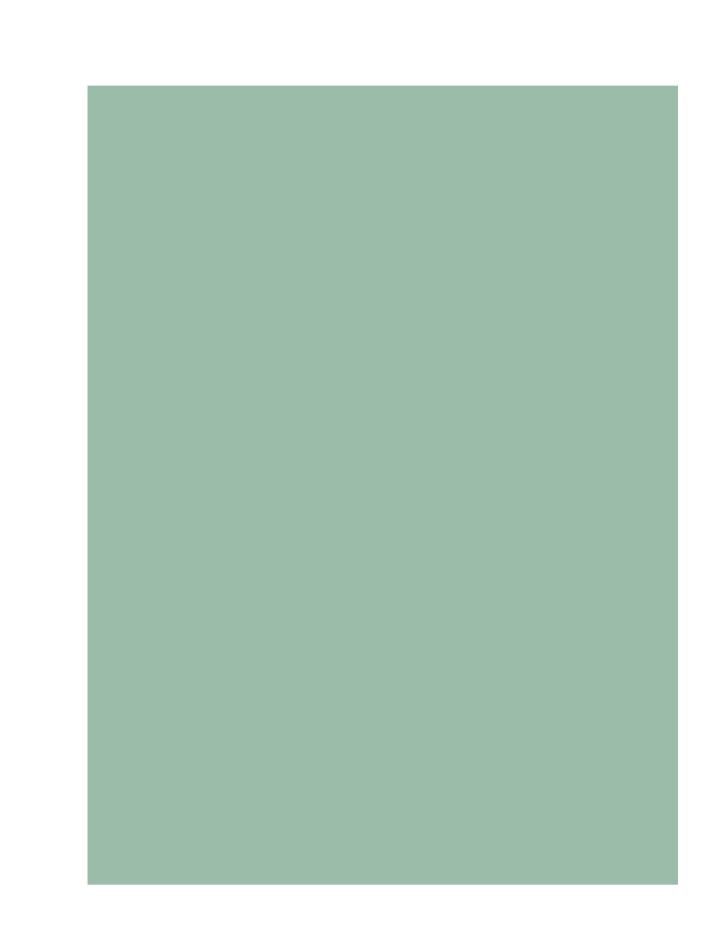
Nous avons monté ce projet à trois avec deux autres étudiantes à l'ESA (Groupe AFC). En quelques mots, le projet était le suivant : Voyager avec une faible empreinte carbone aux travers de 8 villes en 8 jours en participant à des activités en lien avec l'écologie et l'amitié franco-allemande. C'était la première édition de ce défi, et nous en sommes devenus les ambassadeurs. Ce projet a permis d'établir un partenariat entre notre école et la ville de Poitiers. Désormais, ce projet est reconduit chaque année, et des élèves de diverses promotions participent à ce défi.

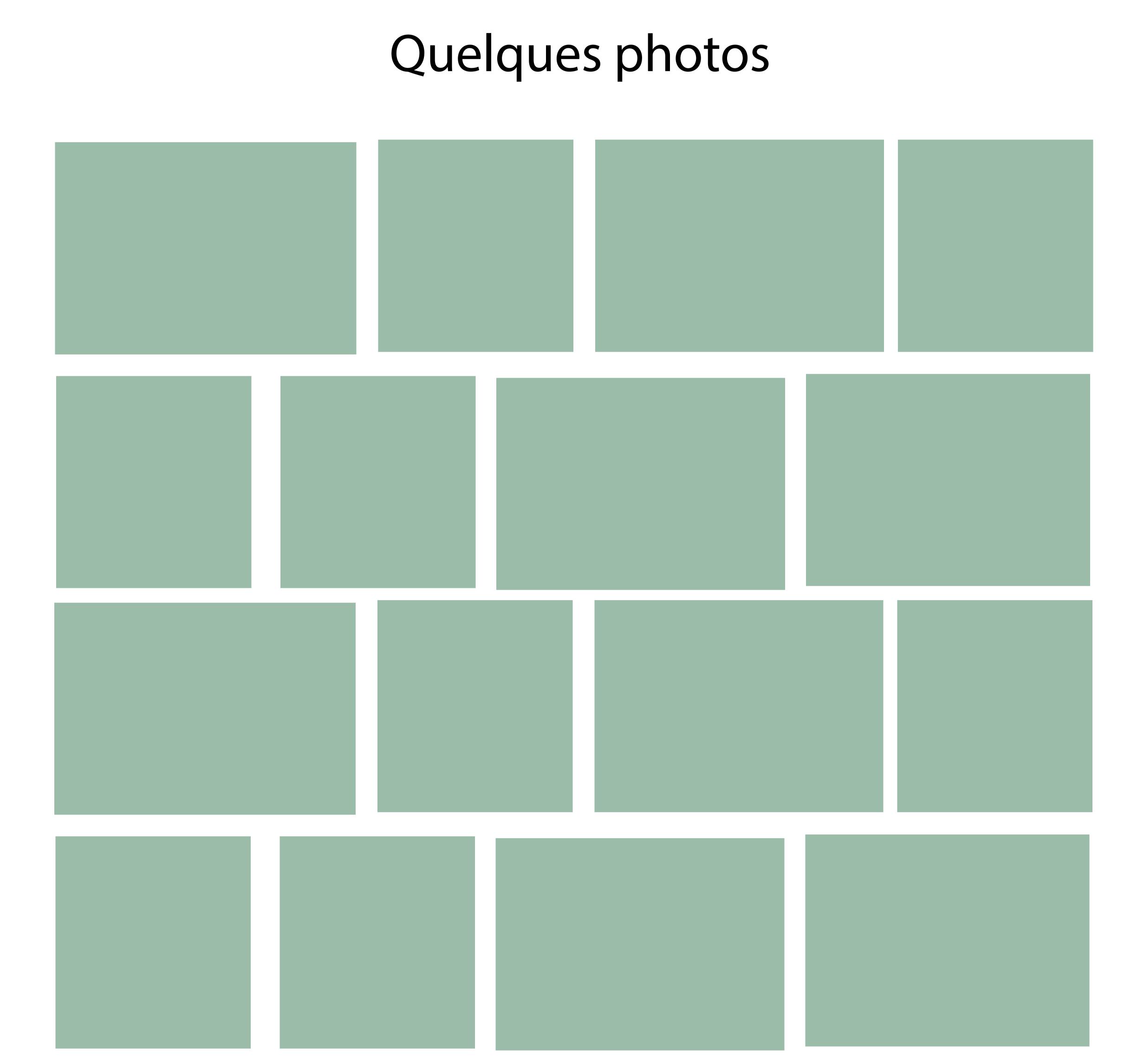
expérience en tant que cheffe de projet.

J'ai pu mettre à profit tout ce que j'apprenais en formation.

Sur le plan professionnel, Unis Vert Marbourg est ma première

De manière polyvalente, j'ai été amené à gérer à la fois : le cadrage du projet et de l'équipe, la planification des différentes dates, la gestion des process administratifs, l'organisation des réunions de projet et la rédaction des comptes-rendus, création des illustrations et de quelques supports de communication, la rédaction des synthèses à envoyer aux potentiels partenaires, la création des indicateurs de suivi de projet (Pert, Gantt, tableau de bord), la réalisation et le suivi du budget.





ont été filmées et présentées lors d'un événement de clôture

Unis Vert Marbourg : le film

Le projet a été centré sur la rencontre et la découverte, avec des échanges enrichissants avec des acteurs

engagés dans le développement de pratiques écoresponsables, des élus et des habitants. Nos aventures



notre initiative. Nous avons également participé à une émission radio avec la maire de Poitiers, une

actualités

Sur la route, de Poitiers à Marbourg

Deux équipes pour rallier Marbourg

Le Constitution de la Constitution de la

première pour notre équipe.





Partenaires

cocktail pour valoriser les partenaires et faciliter les liens

entre eux. Nous avons également organisé un cocktail

pour valoriser les partenaires et leurs permettre de se

rencontrer et de tisser des liens partenariaux entres eux.













< Retour aux projets



Parcours



Contact

Projets > LookUp

LookUp

Prêt à illuminer vos rencontres?

Contexte & objectifs

jeunes adultes, avec une augmentation inquiétante de la solitude chronique (+600% chez les moins de 35 ans en 10 ans). Ce sentiment touche désormais 62% des jeunes adultes. En effet, dans un monde où 60% des rencontres se font désormais via des applications de rencontres, il est devenu de plus en plus difficile d'engager des interactions spontanées et naturelles dans la vie réelle.

La solitude est un phénomène en croissance chez les



Stratégie & insight

Les études ont révélé que, bien que de nombreux jeunes adultes se rendent régulièrement dans des lieux sociaux comme les bars ou les cafés dans le but de tisser des liens sociaux, ces interactions ne se produisent pas comme prévu. En effet, malgré leur présence dans ces espaces, l'isolement persiste et les opportunités de connexion restent limitées. Selon une enquête réalisée en 2023 sur la solitude et l'isolement, environ 21% des jeunes se sentent régulièrement seuls, et bien que les bars soient des lieux de sociabilité potentiels, la solitude y demeure une réalité, avec de nombreux jeunes restant isolés dans ces espaces où l'interaction pourrait pourtant se produire.

Comment permettre aux gens de faire des rencontres spontanées et naturelles dans des lieux sociaux, alors que l'isolement social et la peur du rejet rendent ces interactions de plus en plus difficiles ?

Face à cette réalité, notre défi était de rendre ces interactions sociales plus accessibles et plus naturelles.

Solution créative

LOOKUP est une solution innovante qui facilite les rencontres sociales de manière simple et naturelle dans des lieux comme les bars et cafés. Ce dispositif repose sur un sous-bock intelligent et discret, conçu pour permettre aux utilisateurs d'indiquer facilement leur état d'esprit et leur ouverture à la conversation, tout en restant respectueux de la vie privée de chacun.

intentions de manière visible et non intrusive :

Le sous-bock LOOKUP est équipé d'un code couleur intuitif qui permet à chaque utilisateur de signaler ses

 Vert : Vous êtes ouvert à la discussion, prêt à faire de nouvelles rencontres.

discussions pour aujourd'hui.

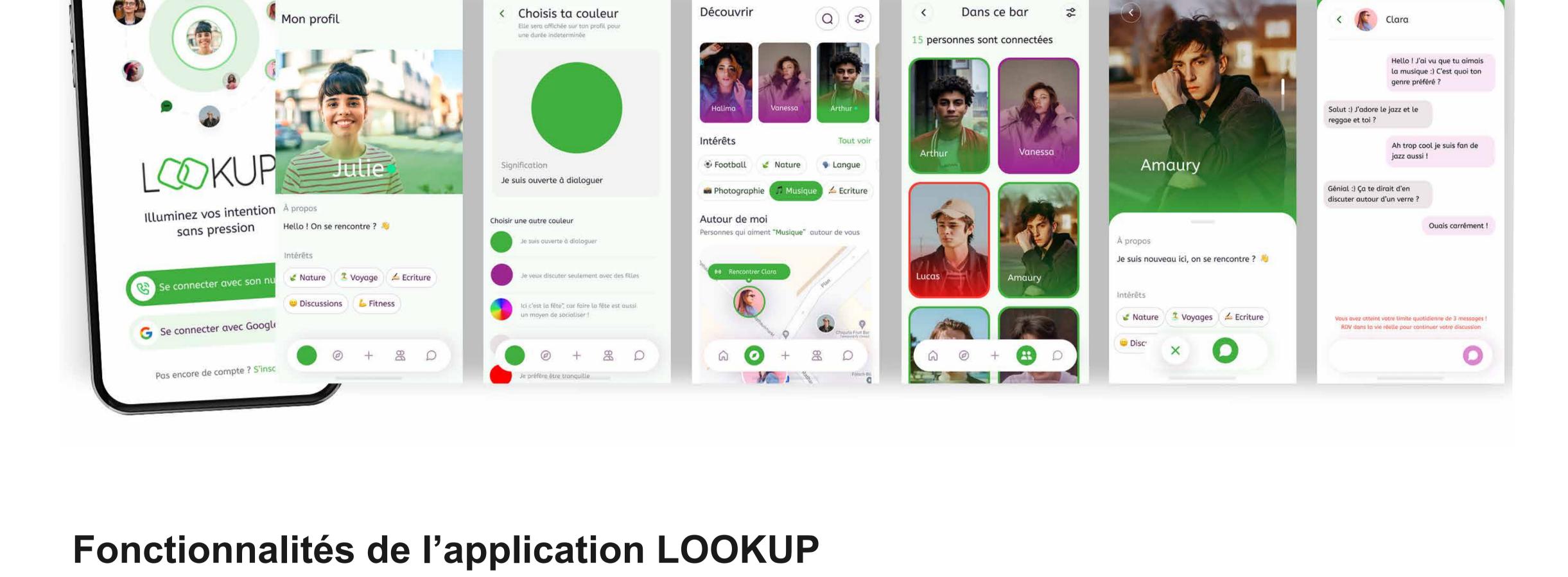
Rouge: Vous souhaitez être tranquille, pas de

- Multicolore : Vous voulez faire la fête et échanger avec tout le monde!
- Blanc : Vous ne souhaitez pas vous prononcer. Violet : Vous êtes une femme et souhaitez
- échanger avec d'autres femmes. • Orange : Vous êtes un homme et souhaitez échanger avec d'autres hommes.
- En un coup d'œil, les intentions sont claires et les possibilités de connexion deviennent évidentes et



personne.

simples. Ce système de couleurs permet à chacun de s'exprimer tout en respectant les envies de chaque



lieux. Vous pouvez également voir les couleurs affichées sur les sous-bocks des autres utilisateurs dans ces lieux. Cela vous permet de repérer rapidement l'atmosphère dans chaque endroit, mais les

profils restent invisibles tant que vous n'êtes pas sur place.

mais dans un environnement sûr et agréable, c'est encore mieux.

Avantages pour les établissements

d'expériences interactives.

de manière simple, naturelle, et sans pression.

sociales.

enrichie.

établissements comme les bars et les cafés. Voici pourquoi :

des lieux innovants où les rencontres se font naturellement.

 Découvrir les profils dans les lieux sociaux : Une fois que vous vous rendez dans un bar ou un café équipé de LOOKUP, vous pouvez voir les profils des personnes présentes à proximité, ainsi que leur état d'esprit et leurs intentions, grâce aux couleurs affichées sur leur sous-bock. C'est à ce moment que vous pouvez engager la conversation.

Découvrir des points communs : En utilisant l'application LOOKUP, vous pouvez voir ce que vous avez

en commun avec les personnes autour de vous. Par exemple, si vous êtes fan de cinéma ou

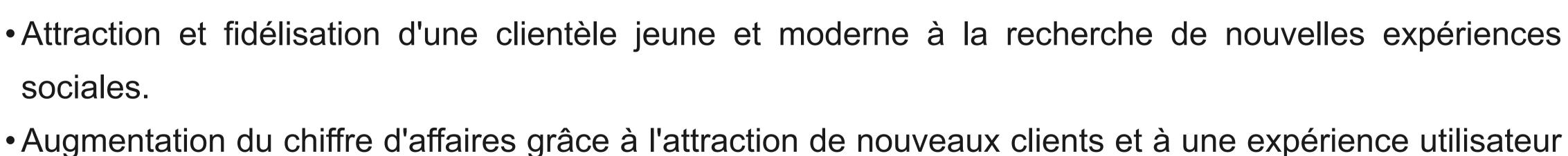
Voir les lieux à proximité et leur afflux : Depuis chez vous, l'application LOOKUP vous permet de voir

les lieux équipés de sous-bocks dans votre ville, ainsi que le nombre de personnes présentes dans ces

passionné de voyage, l'application vous permet de repérer ces affinités et de commencer une conversation sur un sujet qui vous est familier. • Envoyer trois messages avant la rencontre : Pour ceux qui hésitent à faire le premier pas, l'application offre la possibilité d'envoyer jusqu'à trois messages avant de rencontrer la personne en face-à-face, facilitant ainsi la transition du virtuel au réel et la prise de contact en douceur.

LOOKUP met également un point d'honneur à la sécurité : chaque sous-bock est équipé d'un bouton

de détresse, permettant d'alerter discrètement le personnel en cas de besoin. Se rencontrer, c'est bien,



Le dispositif LOOKUP présente des avantages non seulement pour les utilisateurs, mais aussi pour les

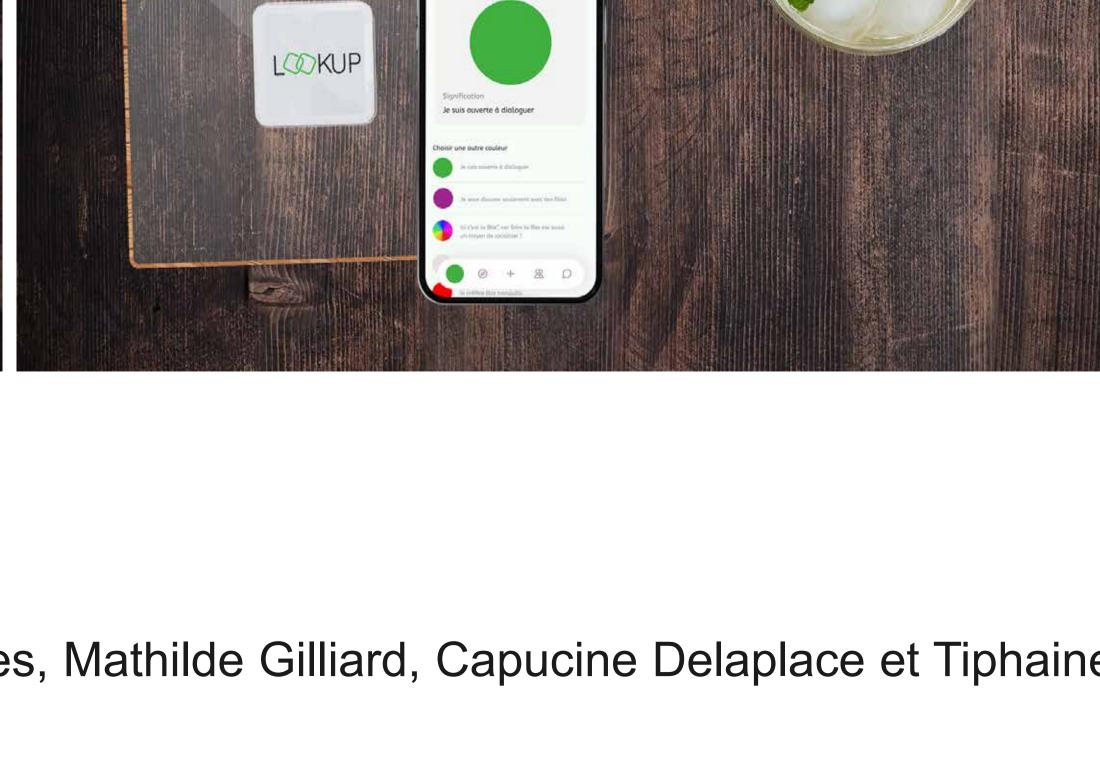
Notre objectiif n'était pas simplement de créer un produit, mais réinventer la manière dont les gens se rencontrent dans la vraie vie. Plus qu'un simple objet, LOOKUP est une véritable invitation à se connecter

• Un avantage marketing fort, permettant aux établissements de se démarquer et de se positionner comme

• Une solution qui répond aux attentes des clients modernes, friands de nouvelles technologies et

Alors, prêt à illuminer vos rencontres?

Equipe Théa Jacquet, Lilou Legrand, Alice Aubert de Vincelles, Mathilde Gilliard, Capucine Delaplace et Tiphaine



Jeannot Sources

SOLITUDES 2023 (RE)LIÉS PAR LES LIEUX

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fondationdefrance.org/images/pdf/202 4/etudes-solitudes-2024.pdf

Qui souffre d'isolement en France?



Contact

Projets > Le timing parfait

< Retour aux projets

Le timing parfait

Recommandation pour Ouigo - Campagne primée

Contexte & objectifs

les bouts de lignes plus attractifs pour les voyageurs (les jeunes et les familles), face à la concurrence des modes de transport individuels comme la voiture, le covoiturage ou l'avion?

OUIGO nous a adressé un brief clair : comment rendre

trajets plus longs, il souffre d'une perception de manque de flexibilité et de praticité, notamment pour les segments de 100 à 300 km, qui sont pourtant les plus fréquemment utilisés par les Français.

Bien que le train soit une alternative évidente sur des



Une étude révélait que 75% des non-utilisateurs du train privilégient d'autres moyens de transport, même lorsque le train pourrait être une option viable. Pourquoi ? Le prix, la praticité (horaire, correspondances, la ponctualité, etc.

L'un des leviers clés que nous avons identifié est l'horaire.

Stratégie & insight

Les voyageurs expriment souvent le besoin de plus de

flexibilité: « Je veux pouvoir partir quand je veux, à l'heure

qui m'arrange » ou encore « Les horaires ne me conviennent pas ». Ces préoccupations ont conduit beaucoup d'entre eux à privilégier des moyens de transport plus souples. Nous avons remarqué que les jeunes de 18 à 34 ans sont

plus enclins à s'adapter aux horaires fixes, contrairement aux plus de 50 ans, pour qui ces horaires sont perçus comme inconfortables. C'est cette flexibilité perçue des autres modes de transport qui les conduit souvent à choisir des alternatives, même si celles-ci sont plus coûteuses et polluantes — deux critères particulièrement plus importants pour notre jeune cible.

horaires fixes de OUIGO sont non seulement un atout mais peuvent être adaptés à leur mode de vie.

14H17

Notre défi était donc de convaincre ces jeunes que les





Pour surmonter la perception des horaires fixes comme une contrainte, nous avons renversé cette idée

14H14

Solution créative

en la transformant en un avantage stratégique. Plutôt que de voir les horaires comme un obstacle, nous avons proposé qu'ils soient un choix malin et pratique. Un billet non remboursable et non échangeable devient alors l'excuse parfaite pour éviter les situations

lui), tout en permettant de voyager à un prix compétitif. Exemple concret : le dimanche à 14h52 ? Tu es déjà dans ton OUIGO, tandis que d'autres subissent

encore un repas familial sans fin. Le jeudi à 14h39 ? Pendant que ton pote te harcèle pour aller boire un

verre, tu as déjà pris ton train et tu te laisses aller dans ton siège, tandis que lui continue à t'envoyer des

sociales contraignantes (comme un repas interminable avec la famille ou un ami qui refuse de rentrer chez

SMS désespérés. ouigo ouigo ouigo ouigo

14H45

14H45

18H10



sur des formats digitaux comme TikTok, Reels et Instagram Stories, parfaitement adaptés à l'attention de la cible. Mais nous n'avons pas arrêté là. Nous avons également choisi de hacker le système en rendant ces horaires incontournables. En modifiant les horloges publiques — que ce soit dans les gares ou dans les

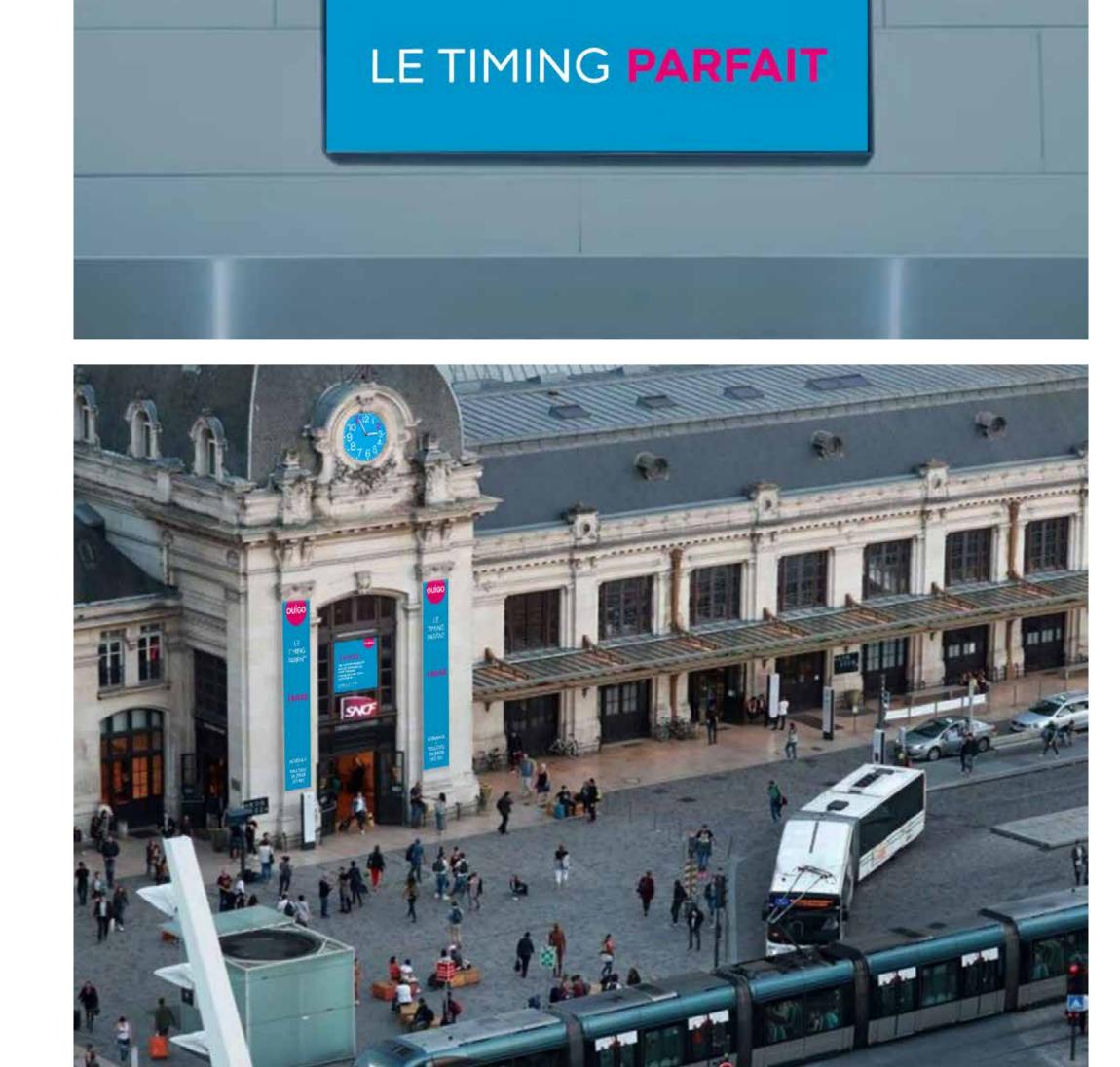
places publiques — pour afficher les horaires d'OUIGO, nous avons rendu ces horaires visibles et

omniprésents. Nous avons également ajouté des tags au sol, directement sur les trottoirs, pour que chaque

jeune dans la ville sache à quelle heure passe le train OUIGO. Ce n'était plus simplement une heure sur

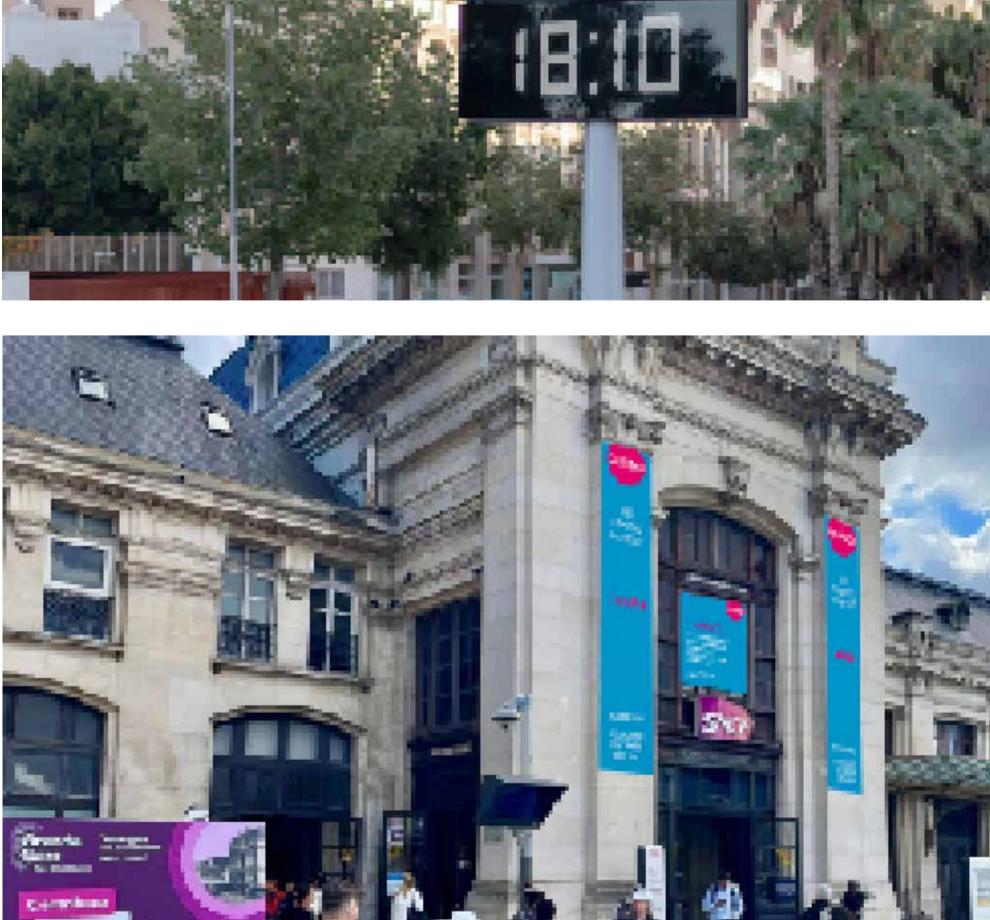
Pour faire passer ce message, nous avons créé des contenus courts, percutants, humoristiques et décalés

Le plus beau dans tout cela ? Cette campagne est déclinable sur tous les bouts de lignes. L'objectif est de changer la perception des horaires fixes, et de faire d'OUIGO le réflexe incontournable des jeunes voyageurs à la recherche d'une alternative pratique et abordable.



14:52

un billet, mais un moment que tout le monde connaît et retient.



Equipe

Léa SALAÜN, Maëlle Marcuzzi, Inès Pontiggia, Antoine Colin, Capucine Delaplace, Tiphaine Jeannot

Sources

Sources : Les Français et le train, leurs attentes, leurs choix, et leurs critiques (https://www.ifop.com/publication/attente-des-voyageurs-non-voyageurs-transports-ferroviares-fnaut/)

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ifop.com/wp-content/uploads/2024/ 06/IFOP-pour-FNAUT-support-Conference-de-presse-1.pdf