

DOSSIER PROFESSIONNEL

C CONCEPTEUR DESIGNER UI

EXPLORER - DÉPLOYER - TRANSFORMER



JB Coaching

« Le monde entier se trouve en
toi-même,

Et si tu sais comment regarder et
apprendre,

Tu trouveras la porte dont la clé est
dans ta main,

Personne au monde ne peut te donner
la clé ou la porte à ouvrir,

Seul toi peux le faire. »

Jiddu Krishnamurti

SOMMAIRE

01. L'ÉTUDE DU PROJET

- L'entreprise..... p10
- Le brief client p12
- La timeline p16
- L'étude de marché p18

02. L'IDENTITÉ VISUELLE

- Moodboard..... p32
- Logo..... p34
- Charte graphique p36
- Supports imprimés..... p50
- Animation du logo..... p54

03. LE SITE INTERNET

- Hébergement et nom de domaine.... p58
- WordPress et Divi..... p59
- L'arborescence du site p60
- Zoning..... p61
- Wireframe p62
- Maquette p64
- Prototype..... p66
- Sécurité..... p68
- Référencement..... p70

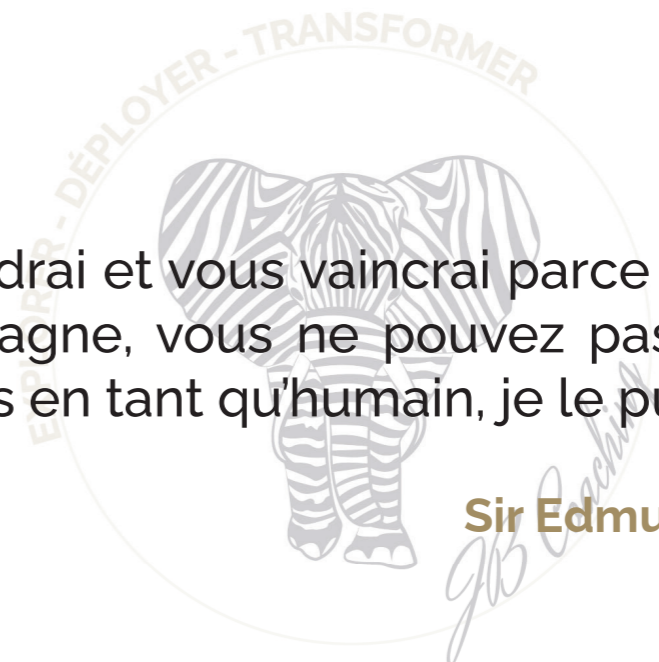
04. LA STRATÉGIE DIGITALE

- Les besoins de l'audience cible p74
- La communication des concurrents..... p75
- Le choix du canal de diffusion p76
- La ligne éditoriale p77
- Vidéo promotionnelle..... p80

CONCLUSION p82

“Je reviendrai et vous vaincrai parce que telle une montagne, vous ne pouvez pas grandir, mais en tant qu'humain, je le puis”

Sir Edmund Hillary



INTRODUCTION

Je suis **Tiffany TENG** et je vais vous raconter mon parcours.

Après mon **BTS Assistant de Gestion PME-PMI** j'étais toujours indécise sur mon avenir professionnel, mais une chose était sûre, j'aimais **créer du contenu visuel**.

Malheureusement, on m'avait dit qu'il était impossible de m'orienter vers une école de graphisme avec mon parcours scolaire. J'ai donc décidé de rentrer dans le monde du travail.

Je me suis orientée dans le domaine de la vente et ce durant onze années, mais je n'étais pas épanouie. Il me manquait **cette flamme** qui m'empêchait **d'être moi-même**.

J'ai fait une pause professionnelle, cela m'a fait énormément de bien, car j'ai pu me **recentrer sur moi**.

Par la suite, j'ai effectué une formation de **Community Manager** financée par France Travail qui m'a aidé à **reprendre confiance en moi** et j'ai commencé à **créer avec le logiciel Canva**.

Sauf que j'ai été très vite rattrapée par la réalité : Canva c'est bien, mais ça ne fait pas tout !

C'est pourquoi, j'ai choisi **Optim'hum** pour **me former** et **construire les compétences professionnelles** qui me manquaient.

Je suis fière de vous présenter le projet que j'ai réalisé dans le cadre de mon titre professionnel de **Concepteur Designer UI** au centre de formation d'**Optim'hum**.

J'ai choisi pour ce projet d'accompagner Julie Beauvais, de l'entreprise JB Coaching, dans **la création de son identité visuelle et de son site internet**.

Ce projet représente tout le travail accompli, étape par étape.

Tiffany

01.

L'ÉTUDE DU PROJET

L'ÉTUDE DU PROJET

- L'entreprise
- Le brief client
- La timeline
- L'étude de marché

L'ENTREPRISE

JB Coaching a été créé en 2024 par Julie Beauvais.

Son activité est de coacher personnellement et professionnellement les personnes qui souhaitent un accompagnement au changement.

Elle propose des exercices adaptés à ses clients, destinés à les faire avancer dans leurs réflexions et les aider dans leur progression vers l'atteinte de leurs objectifs.

Pour son entreprise, Julie a besoin de créer toute son identité visuelle ainsi que son site internet.

Son objectif est de se faire connaître, d'accroître sa notoriété et de développer sa clientèle.

FICHE D'ENTREPRISE

NOM DE L'ENTREPRISE : JB Coaching

MAIL :
contact@juliebeauvaiscoaching.fr

TÉLÉPHONE : 06 35 40 52 39

SIRET : 85332160200015

Une histoire d'enfance...

Depuis toujours, Julie se sent différente avec le sentiment de ne jamais être entendue ni comprise.

Ce sentiment de différence a été renforcé par une atypie de l'apprentissage. Cette atypie lui a forgé un caractère déterminé et une ténacité à toutes épreuves.

C'est un réveil brutal qui s'est fait plus tard, la petite fille enfouie et la femme qu'elle devenait se sont confrontées et ont décidé de prendre une direction commune ; celle de la paix et de l'accomplissement.

Il lui a fallu un reset total de sa vie...

Julie a cherché l'apaisement, cherché à comprendre ses blessures et celles de son environnement. Elle a cherché à se comprendre au travers de lectures, de la psychologie, de la spiritualité et au travers du coaching.

"Le plus grand bien que nous faisons aux autres hommes, n'est pas de communiquer notre richesse, mais de leur révéler la leur"

Louis Lavelle

Professionnellement, forte de 10 ans d'expériences dans le domaine des Ressources Humaines, c'est dans le meilleur et le pire qu'elle a toujours cherché à comprendre l'individu, ses réflexions et son parcours de vie.

Aujourd'hui, Julie a la volonté d'accompagner ceux qui, comme elle, se sont sentis à un moment de leur vie dépassés, égarés, oubliés.

C'est ainsi que Julie a trouvé un sens à ce qu'est sa vie et à être celle qu'elle est ; aider les personnes, en toute humilité, à trouver le leur, personnellement ou professionnellement, en allant explorer leur individualité, déployer leurs forces pour les transformer et les révéler à eux-mêmes.



LE BRIEF CLIENT

INFORMATIONS ENTREPRISE ET ACTIVITÉS :

Pouvez-vous me parler de votre entreprise/projet et de son activité ?

JB Coaching est une entreprise de coaching de vie personnelle ou professionnelle. J'accompagne les personnes au changement.

Quelles sont les valeurs fondamentales de votre entreprise/projet que vous souhaitez transmettre à travers l'identité visuelle et le site internet ?

Ce que je souhaiterais véhiculer à travers mon identité visuelle c'est la liberté d'être soi-même, de la bienveillance, de l'écoute, de l'énergie, du changement, du sérieux et du professionnalisme.

Quels sont les objectifs de votre entreprise ?

L'objectif de mon entreprise est d'aider les individus à identifier leurs objectifs, à surmonter les obstacles qui les empêchent d'atteindre leur plein potentiel et à développer les compétences nécessaires pour améliorer leur vie personnelle et professionnelle.

PUBLIC CIBLE :

Qui sont vos principaux clients ?

Je n'ai pas identifié de profil type car je peux toucher tout le monde. Pour l'instant, ce sont essentiellement des particuliers qui sont dans une tranche d'âge de 30 à 40 ans.

Quels sont leurs besoins ?

Mes clients ont besoin que je les accompagne à un moment de leur vie où ils ne voient plus clair et ont besoin de prendre du recul sur une situation qu'elle soit personnelle ou professionnelle.

OBJECTIFS DU PROJET :

Quels sont les principaux objectifs que vous souhaitez atteindre avec ce projet de création d'identité visuelle et de site internet ?

Les principaux objectifs sont de me faire connaître, de développer mon entreprise et de toucher un maximum de personnes.

Quelles actions espérez-vous que les visiteurs entreprennent sur votre site ?

Les actions que j'espère avoir sur mon site internet sont de me faire connaître, de faire connaître mes services, d'être contactée avec un formulaire de contact.

STYLE & AMBIANCE RECHERCHÉS :

Avez-vous une idée du style visuel que vous souhaitez pour votre marque et votre site internet ?

J'aimerais un style pur et épuré. Des couleurs naturelles ou pastel. J'aimerais symboliser le coaching par un éléphant zébré.

Quels mots-clés décriraient le mieux l'ambiance ou l'esthétique que vous recherchez ?

Les mots clés qui décriraient le mieux l'ambiance que je souhaite sont : confiance, professionnalisme, douceur et écoute.

CONTENUS ET FONCTIONNALITÉS DU SITE :

Quels types de contenus souhaitez-vous inclure sur votre site internet (ex : texte, images, vidéos, etc.) ?

J'aimerais varier textes/ images et je souhaiterais rédiger mes propres textes sur mon site.

Quelles fonctionnalités spécifiques aimeriez-vous avoir sur votre site (ex : formulaire de contact, galerie d'images, blog, etc.) ?

J'aimerais avoir sur mon site un formulaire de contact.

EXIGENCES TECHNIQUES ET CONTRAINTES :

Disposez-vous déjà d'un nom de domaine et d'un hébergement pour votre site ?

Non je n'ai aucun des deux.

Y a-t-il des contraintes techniques ou des exigences spécifiques que je devrais prendre en compte dans la conception du site ?

Il me faut une page de contact.

BUDGET ET ÉCHÉANCIER :

Quel est votre budget pour ce projet ?

Pas de budget défini, car Tiffany m'a proposé de créer mon identité visuelle gracieusement pour son projet professionnel.

Quelle est la date limite ou l'échéancier que vous avez en tête pour la réalisation de ce projet ?

La date limite que nous nous sommes fixées avec Tiffany est fin mai.

AUTRES INFORMATIONS IMPORTANTES :

Y a-t-il d'autres éléments ou informations que vous pensez être pertinents pour la création de votre identité visuelle et de votre site internet ?

Oui, j'aimerais inclure dans mon identité visuelle trois valeurs importantes pour moi : **EXPLORER**, **DÉPLOYER** et **TRANSFORMER** ainsi qu'une illustration d'un éléphant zébré.



JB COACHING

01 Prendre contact avec JB Coaching
Poser les questions pour comprendre la demande de Julie

03 JANVIER 2024



05 JANVIER 2024



Faire un récapitulatif de la demande de JB Coaching.

BRIEF CLIENT

L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Rechercher les concurrents
Établir le SWOT
Définir les cibles

17 JANVIER 2024



02 FÉVRIER 2024



02 Réaliser un moodboard
Créer le logo
Élaborer la charte Graphique
Créer des mockups

L'IDENTITÉ VISUELLE

STRATÉGIE DIGITALE

04 Choisir le réseau
Définir la ligne éditoriale
Réaliser un calendrier éditorial
Créer des posts

10 MAI 2024



01 MAI 2024



Livraison du site WordPress
Retours et modifications
Formation au CMS

LIVRAISON DU SITE

LE SITE INTERNET

03 Créer l'arborescence du site
Définir le zoning
Créer la maquette
Créer le prototype
Créer le site

01 MARS 2024



20 FÉVRIER 2024



Livraison et modifications de l'identité visuelle

LIVRAISON

LE MARCHÉ DU COACHING

Le marché du coaching en France est en pleine croissance et on estime, selon une étude de marché réalisée par ICF-PwC (International Coach Federation), qu'il représenterait entre 150 à 200 millions d'euros. Le coaching a non seulement résisté aux défis de la pandémie COVID-19 mais a également connu une croissance de 54 % entre 2019 et 2022.

Quelques chiffres-clés

- Le **nombre de coachs** en France est estimé à environ **5000**, dont 1600 certifiés par l'ICF
- Le **taux de croissance** annuel moyen du secteur est de **12 %**
- Le **chiffre d'affaires** moyen par coach est de **30.000 à 120.000 € par an**

(Source : <https://www.linkup-coaching.com/blog/marche-du-coaching/>)

Le marché du coaching en France est porté par plusieurs facteurs :

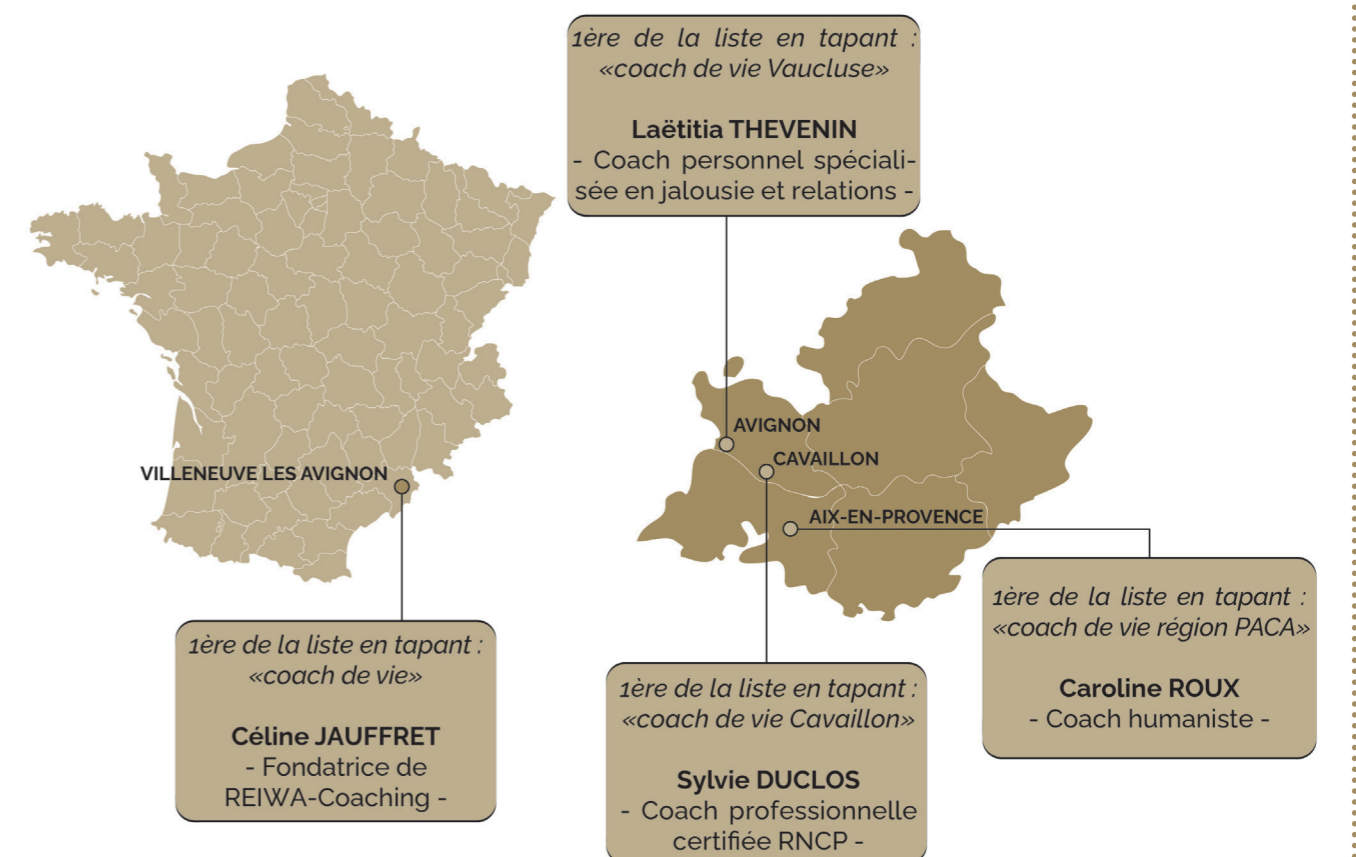
- La **demande croissante** des particuliers et des entreprises pour un **accompagnement personnalisé** et **adapté à leurs besoins**,
- La **reconnaissance croissante** du métier de coach et de sa **valeur ajoutée**,
- La **diversification** des **types de coaching** et des **modes de communication**.

LA RECHERCHE DES CONCURRENTS

La **recherche des concurrents** a principalement été réalisée par une **recherche en ligne**. J'ai déterminé une **zone géographique** qui est la **région PACA**, car JB Coaching est originaire de Cavaillon. Mes **choix de concurrents** ont été fait par **recherche de mots clés** suivants : «**coach de vie Cavaillon**», «**coach de vie Vaucluse**», «**coach de vie région PACA**» et «**coach de vie**». Je me suis focalisée sur les plus pertinents (les **plus visibles** et les **mieux notés**.)

Cela m'a permis d'**identifier** 4 coachs (3 concurrents directs et 1 indirect).

CARTE DES CONCURRENTS





1ère de la liste en tapant : «coach de vie Cavaillon»

Sylvie DUCLOS

- Coach professionnelle certifiée RNCP -

Site Internet : www.exemplaire-unique.fr

Facebook : sylvieduclospro | 817 Followers

Instagram : sylvie_duclos | 557 Followers

- Activités :**
- Bilan de compétences
 - Bilan d'orientation pour les jeunes
 - Coaching
 - Accompagnement à la création d'entreprise

LES POINTS FORTS

- Publie régulièrement sur les réseaux (environ deux à trois fois dans la semaine)
- A une grande communauté (de 550 à 800 followers sur ses réseaux sociaux)
- Une bio dynamique sur ses comptes Facebook et Instagram
- Un service qui accompagne à la fois les professionnels à la création d'entreprise et les jeunes à s'orienter

LES AXES D'AMÉLIORATIONS

- Des oublis sur les hashtags qui sont primordiaux pour la visibilité de ses réseaux sociaux
- Des erreurs de frappe dans son site internet
- Des contenus légers sur le site internet
- Un site internet peu attractif (visuellement) et qui ne nous donne pas envie de continuer notre visite
- CTA qui renvoie sur une page vide
- Lien réseau social LinkedIn qui renvoie sur un compte inexistant

VALEUR DIFFÉRENCIANTE : Ses services qui accompagnent à la création d'entreprise et à l'orientation des jeunes

1ère de la liste en tapant : «coach de vie Vaucluse»

Laëtitia THEVENIN

- Coach personnelle spécialisée en jalousie et relations -

Site Internet : www.relationssaines.fr

Instagram : _laetitia_thevenin_coaching_| 146 Followers

Youtube : Laëtitia Thevenin Coaching | 18 vidéos



- Activités :**
- Coach professionnelle en développement personnel
 - Spécialisée dans la jalousie

LES POINTS FORTS

- Son site internet est clair et visible
- Site internet qui donne envie de le consulter
- Fait des articles de blog

LES AXES D'AMÉLIORATIONS

- Bio sur Instagram qui est classique
- Contenus aléatoires, autant du perso que du pro mélangés
- Ne respecte pas les codes des réseaux sociaux
- Site internet qui n'a pas de mentions légales
- Impression que ses coachings ne traitent que la jalousie

VALEUR DIFFÉRENCIANTE : Est spécialisée dans la jalousie



1ère de la liste en tapant : «coach de vie région PACA»

Caroline ROUX

- Coach humaniste -

Site Internet : www.carolineroux.fr

Facebook : carolineroux_coaching | 302 Followers

Instagram : carolineroux_coaching | 1011 Followers

LinkedIn : Caroline Roux | 775 abonnés

Youtube : Caroline Roux - coaching

34 abonnés | 12 vidéos

Activités : - Coach de vie perso & pro
- Propose des séjours bien-être
- E-Book
- Formation masterclass

LES POINTS FORTS

- Les services de coaching individuel ou en groupe
- Création E-Book
- Elle propose des séjours bien-être et de la numérologie
- Elle crée des articles de blog
- Elle dispose d'un système de réservation en ligne par Calendar
- Publie régulièrement sur Facebook & Instagram
- Elle fait des podcasts
- Bonne rédaction des posts
- Respecte sa charte graphique

LES AXES D'AMÉLIORATIONS

- Sur LinkedIn et Youtube, elle n'est pas très régulière dans la publication de ses posts et vidéos
- Trop de services proposés, cela peut perdre les potentiels clients

VALEUR DIFFÉRENCIANTE : Sa communication et ses services diversifiés

1ère de la liste en tapant : «coach de vie»

Céline JAUFFRET

- Fondatrice de REIWA-Coaching -

Site Internet : www.reiwa-coaching.com

Instagram : Lien ne marche pas

Youtube : REIWA-Coaching | 76 abonnés | 10 vidéos

Facebook : Lien ne marche pas

LinkedIn : Lien ne marche pas



Activités : - Fondatrice de Reiwa-Coaching
- Hypnose & PNL

LES POINTS FORTS

- Sa notoriété
- Le fait qu'il y ait plusieurs coachs
- Services PNL & Hypnose
- 15 h de formation et de coaching

LES AXES D'AMÉLIORATIONS

- Pas de tarifs sur une consultation classique
- Pas de distinction entre les services de coaching

VALEUR DIFFÉRENCIANTE : Ses services d'hypnose et PNL

- **Capacité à fournir des conseils personnalisés** à ses clients pour les **aider à atteindre leurs objectifs**
- **Son expérience professionnelle** (10 ans dans les Ressources Humaines)
- **Capacité à établir des relations de confiance** avec ses clients favorisant ainsi un environnement propice à la **croissance personnelle**
- **JB Coaching est en constante veille sur son activité** (lecture, réseaux sociaux d'autres coachs)
- **Elle propose plusieurs programmes** qui sont **adaptés** au développement personnel et professionnel

S

Strengths

FORCES

- **JB Coaching débute dans le métier depuis cette année**
- **Nécessité de rester à jour** sur les nouvelles techniques de coaching
- **Charge émotionnelle intense** sur les coachings, **ce qui peut conduire à un risque d'épuisement**
- **Le coaching de développement personnel** peut être perçu **comme un service de luxe**, plutôt que comme une nécessité, **ce qui peut rendre la vente des prestations difficile**
- **Vulnérabilité de la demande** et à la **nécessité de trouver de nouveaux clients** pour **maintenir des revenus stables**

W

Weaknesses

FAIBLESSES

- **Marché en croissance** : Une **prise de conscience accrue de l'importance du bien-être mental et du développement personnel**
- **Possibilité d'offrir une gamme variée de services**, tels que des ateliers, des séminaires en ligne et des programmes de formation
- **Possibilité de collaborer** avec d'autres professionnels (thérapeutes, nutritionnistes ou entraîneurs de fitness) pour offrir des services complets de bien-être
- **Possibilité d'atteindre un public mondial** grâce à des plateformes en ligne et des médias sociaux, **élargissant ainsi le potentiel client**

O

Opportunities

O

T

Threats

T

- **Présence de nombreux autres coachs** de développement personnel sur le marché
- **Fluctuations économiques** qui pourraient **affecter la capacité des clients à investir dans des services** de développement personnel
- **Réputation en ligne** avec les avis clients qui comptent de plus en plus
- **Les besoins et les attentes des clients** en matière de développement personnel évoluent constamment
- **Dépendance à la clientèle** : un coach **pourrait être confronté à une perte soudaine de revenus** si l'un de ses clients décide de **mettre fin au coaching**

LA RECHERCHE DES PERSONAS

Selon l'étude de l'ICF-PWC en 2021, 70% des personnes coachées ont 40 ans en moyenne, mais la demande s'oriente vers un public plus jeune chaque année. Le coaching peut prendre de nombreuses formes, que ce soit pour les particuliers ou pour les entreprises. Le coaching individuel est la forme la plus courante de coaching. Les coachs accompagnent leurs clients en les aidant à atteindre leurs objectifs.

Quelques chiffres-clés

- **80 %** des personnes ont noté une nette **amélioration** de leur **confiance en eux**
- **73 %** des personnes ont remarqué une **amélioration** de leurs **relations interpersonnelles**
- **67 %** ont admis avoir **réussi** à trouver un **véritable équilibre** entre **vie professionnelle et vie personnelle**

(Source : <https://www.linkup-coaching.com/blog/marche-du-coaching/>)

Conclusion :

La **tranche d'âge** de la clientèle de **JB Coaching** est d'une **trentaine** d'années. Cela m'a permis de **déterminer** un persona principal de **30-35** ans et deux autres de **25-30 ans** et **35-40 ans**.

BIO :

Moi, c'est Benoît. À 34 ans, je suis dans une phase excitante de ma vie.

Je suis commercial dans une boîte depuis quelques années maintenant. Mais dernièrement, une idée me trotte dans la tête sans arrêt : créer ma propre entreprise.

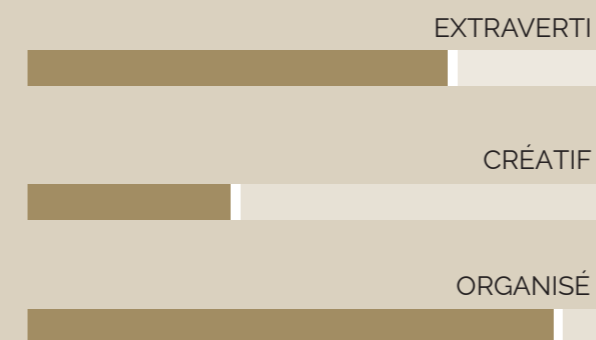
ATTENTES :

- Identifier ses objectifs professionnels et élaborer un plan d'action
- Faire des économies pour pouvoir monter son entreprise

FREINS :

- Le risque financier que ce projet représente
- Le temps que ce projet va prendre

PERSONNALITÉ :



Benoît MARTIN

34 ans - Permis B - Avignon

- STATUT MARITAL -

En couple
Pas d'enfants

- PROFESSION -

Commercial

- RÉSEAUX SOCIAUX -



“

Je suis prêt à faire tout ce qu'il faut pour que mon projet aboutisse

”



Thaïs LY

26 ans - Permis B - Sénas

- STATUT MARITAL -

Célibataire
Pas d'enfants

- PROFESSION -

Assistante dentaire

- RÉSEAUX SOCIAUX -



“
Cela peut parfois être difficile pour moi de m'affirmer
”

BIO :

Je m'appelle Thaïs. J'ai 26 ans et je suis assistante dentaire. Je dois avouer que je suis plutôt du genre introvertie.

Cela peut parfois être difficile pour moi de m'affirmer, surtout dans un environnement professionnel où la confiance en soi est importante. Mais malgré ce manque de confiance, je suis quelqu'un de spontanée.

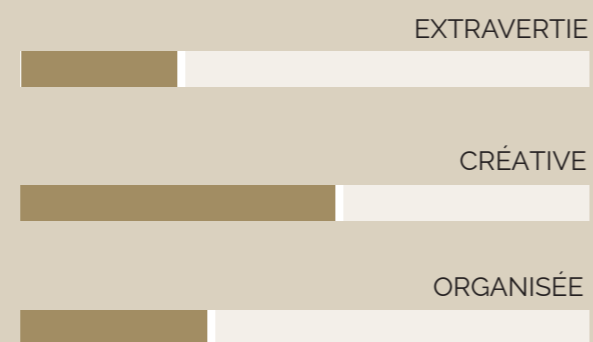
ATTENTES :

- Prendre confiance en elle
- Avoir une meilleure estime de soi
- Améliorer ses relations interpersonnelles

FREINS :

- Le doute de soi et le manque de confiance
- Le prix d'une séance de coaching

PERSONNALITÉ :



BIO :

Je suis Adeline, 38 ans, directrice des ressources humaines. En plus de ma carrière professionnelle, je suis également maman de deux enfants.

Je dois établir des limites claires entre le travail et la maison, déléguer lorsque c'est nécessaire, et surtout, prendre du temps pour moi afin de recharger mes batteries.

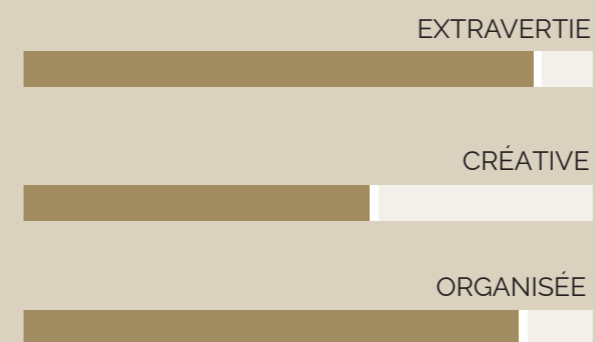
ATTENTES :

- Trouver un équilibre entre le travail et la vie personnelle
- Arriver à avoir du temps pour prendre soin de soi

FREINS :

- Le manque d'organisation entre la vie de famille et le travail

PERSONNALITÉ :



Adeline GRANIER

38 ans - Permis B - Nice

- STATUT MARITAL -

Mariée
2 enfants

- PROFESSION -

Directrice RH

- RÉSEAUX SOCIAUX -



“
Trouver un équilibre entre ma vie professionnelle et personnelle, c'est un défi constant pour moi
”

02.

L'IDENTITÉ VISUELLE

L'IDENTITÉ VISUELLE

- Moodboard
- Logo
- Charte graphique
- Supports imprimés
- Animation du logo

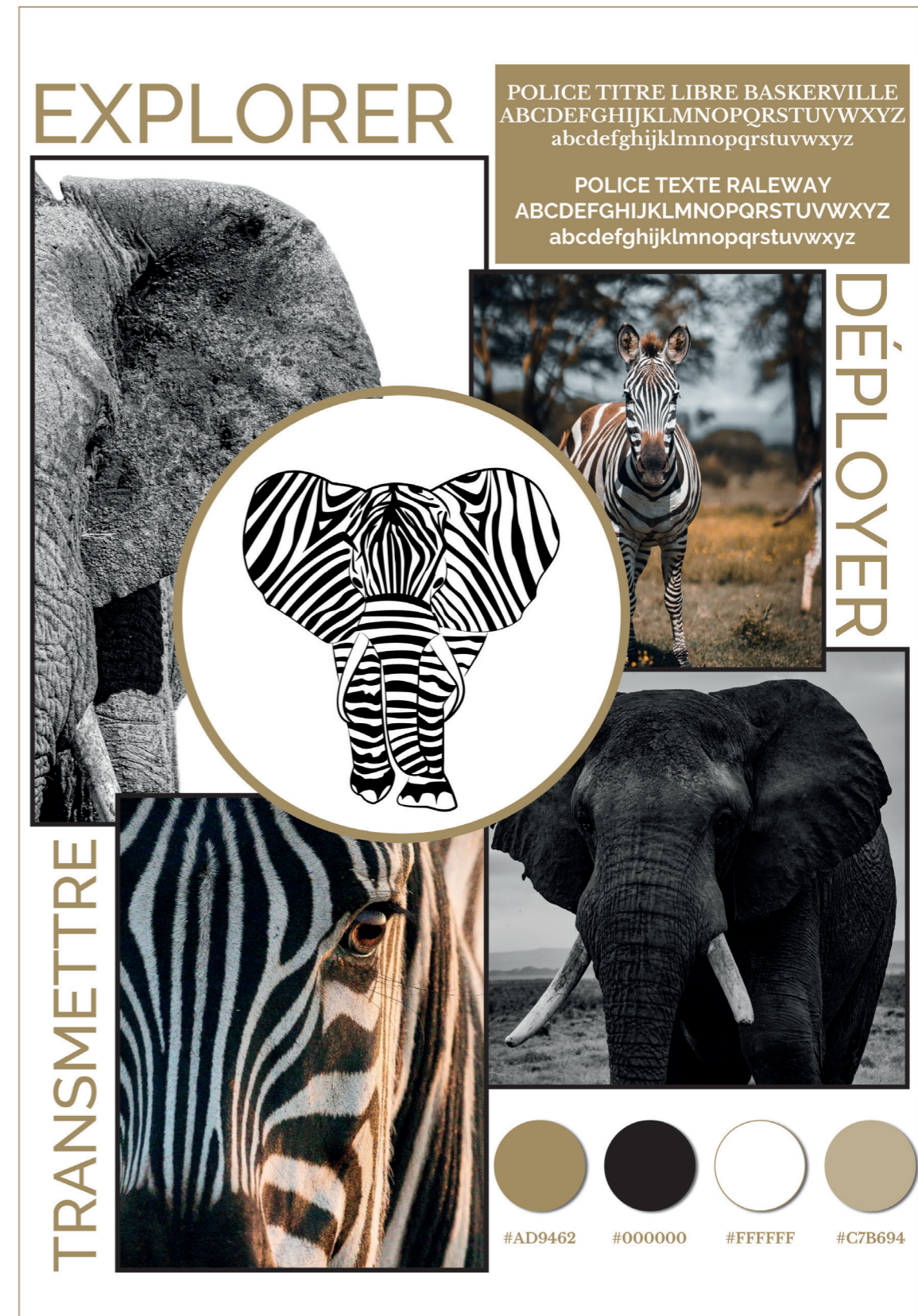
• LE MOODBOARD •

Un moodboard est une « planche d'inspiration », un assemblage d'images, d'objets ou de mots, qui est utilisé pour exprimer le style choisi dans le cadre du développement d'une idée créative.

Le **moodboard** a été réalisé en fonction du **brief client**.

Il regroupe donc :

- Un style **pur** et **épuré**
- Des **couleurs naturelles** ou pastel
- Un **éléphant zébré**
- Les **valeurs** de JB Coaching
- Les **couleurs** et les **polices** utilisées pour **l'identité visuelle**



• LE LOGO •

L'EXPLICATION DU LOGO

L'ÉLÉPHANT ZÉBRÉ :

Lors de son voyage au Laos, Julie s'est rendue dans un sanctuaire d'éléphants. Elle a eu un coup de cœur pour eux et pour ce qu'ils représentent (la force, la sagesse et la spiritualité).

JB Coaching souhaite représenter un éléphant avec des rayures de zèbres pour symboliser la transformation. Le zèbre représente le courage. C'est une créature unique en son genre, il n'existe pas deux zèbres identiques ce qui rappelle que, dans le coaching, chaque personne est différente.

FORME RONDE :

Elle illustre l'harmonie et le changement que représente le coaching.

COULEUR BEIGE :

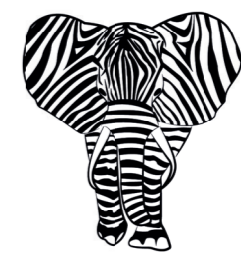
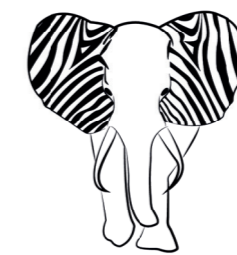
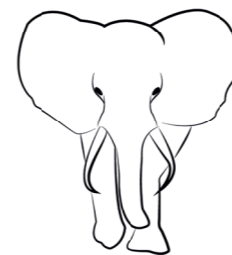
Elle évoque le calme et le naturel.

POURQUOI JB COACHING ? :

Pour JB = Julie Beauvais, prénom et nom.
Et Coaching, car Julie est coach de vie.

LES VALEURS DE JB COACHING :

EXPLORER - DÉPLOYER - TRANSFORMER : Ce sont les valeurs que Julie transmet dans ses coachings.



EXPLORER

Le coaching nécessite un travail d'introspection, le travail d'exploration de soi est une étape fondamentale pour la bonne poursuite de l'accompagnement.

DÉPLOYER

L'identification de ses forces, va être un précieux point d'appui vers la transformation.

TRANSFORMATION

La transition vers un futur attendu au travers de la mise en place d'un plan d'actions concret et engageant.

LA CHARTE GRAPHIQUE

LE LOGO

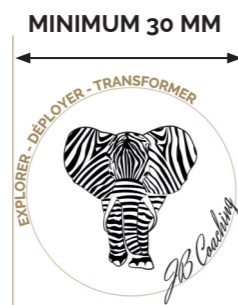


USAGE :

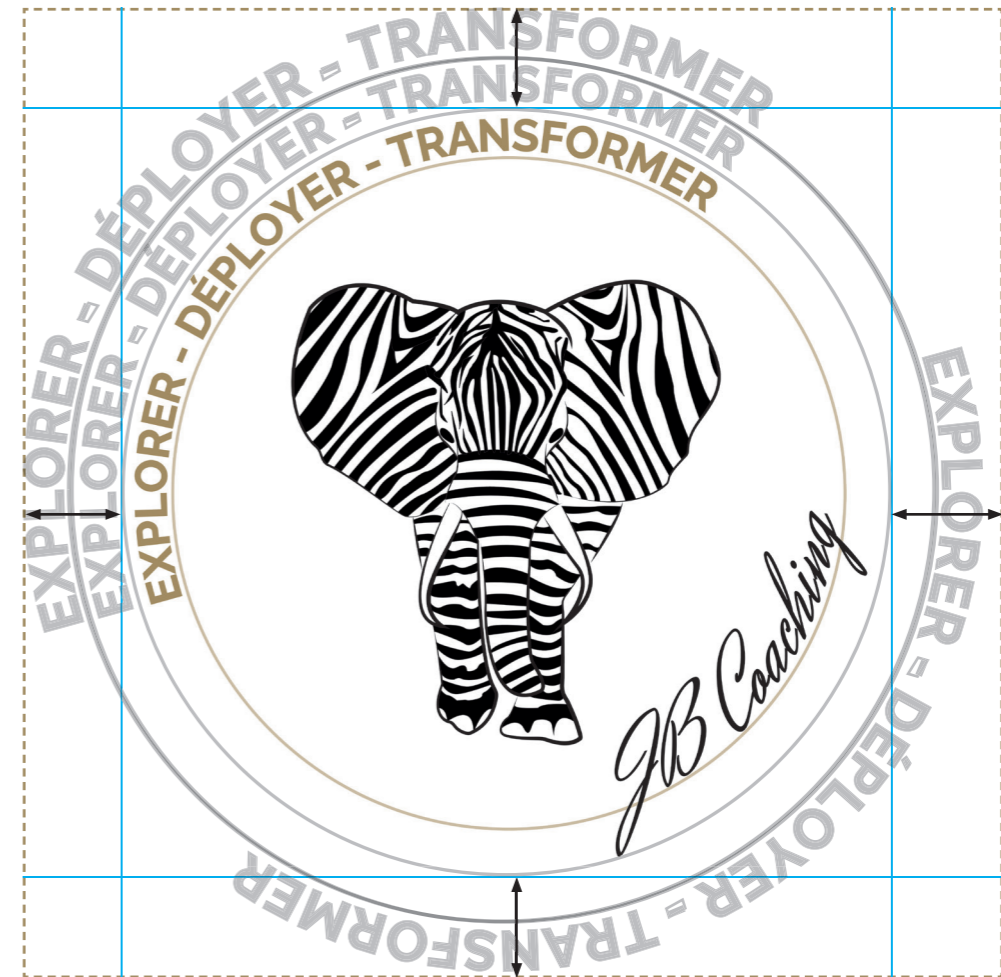
L'utilisation du logo est soumise à des règles strictes. Il est formellement interdit de le modifier dans ses composants : forme, couleur, typographie. Les directives permettent d'éviter toute erreur de composition et de lisibilité.

À utiliser dans son intégrité sur tous les supports de communication de JB Coaching, en couverture de l'ensemble des brochures, sur les affiches ainsi que sur les mockups et autres outils de communication.

SA TAILLE MINIMUM



LA ZONE DE SÉCURITÉ DU LOGO



MÉTHODE : Tracer des repères (dans l'exemple donné ils sont en bleus) autour du logo. Puis, prendre le cercle et les valeurs du logo. Ensuite, mettre le cercle et les valeurs autour du logo, les dupliquer, pour les appliquer autour du dernier cercle comme ci-dessus.

Vous obtenez deux tracés qui permettent d'établir la zone de sécurité.

LA DÉCLINAISON DU LOGO

Le logo décliné est conçu pour être utilisé sur une variété de supports et de médias, tels que les sites web, les réseaux sociaux. Chaque support peut avoir des contraintes spécifiques en termes de taille, de couleur et de format. La déclinaison du logo permet de s'assurer que ce dernier sera toujours clairement visible et reconnaissable.

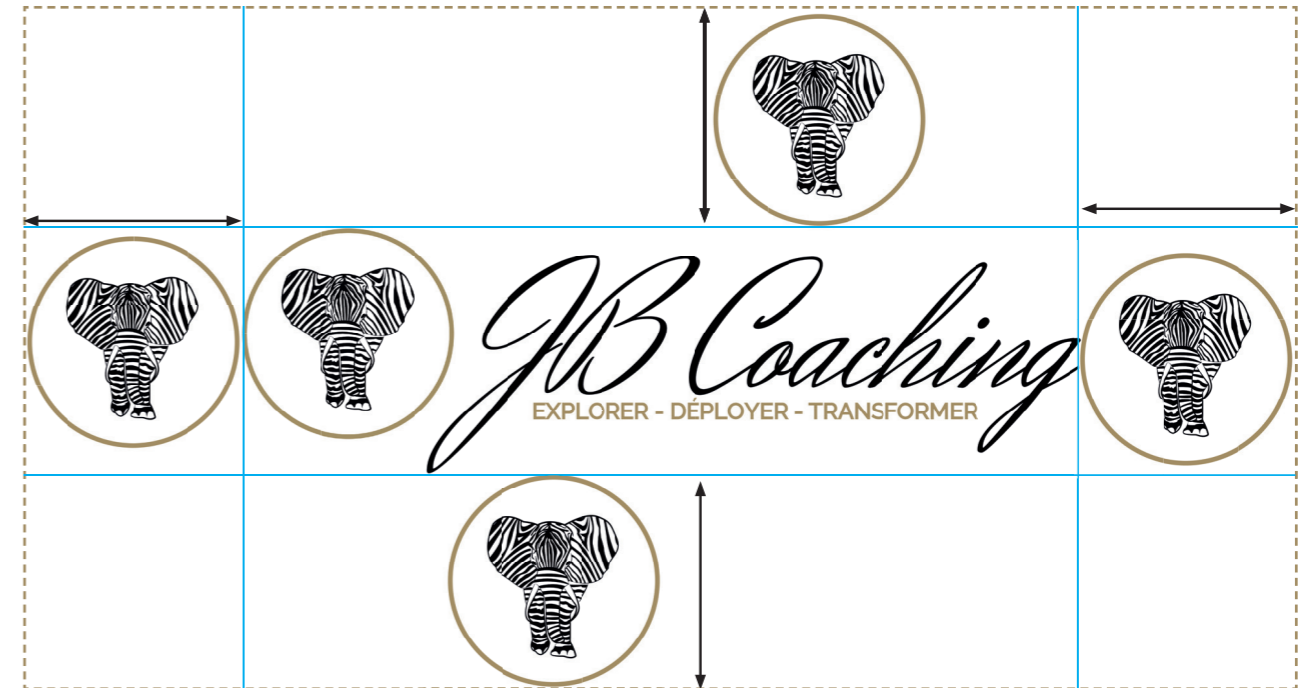


USAGE : À utiliser que lorsque l'espace est compromis et que le logo ne rentre pas dans cet espace.

SA TAILLE MINIMUM



LA ZONE DE SÉCURITÉ DE LA DÉCLINAISON DU LOGO



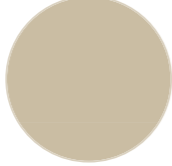


MÉTHODE : Prendre le cercle du logo décliné et tracer des repères (dans l'exemple donné ils sont en bleus) pour mettre l'espace autour du logo décliné.

EXCLU : Sur le site internet, le logo décliné n'a pas de zone de sécurité vu l'espace de l'en-tête du site : il est donc exclu de cette directive.

IMPORTANT : Le logo et sa déclinaison NE DOIVENT JAMAIS ÊTRE MODIFIÉS OU DÉFORMÉS.

LES COULEURS DU LOGO

The logo consists of a central circle containing a zebra's head facing forward. The zebra's body and mane are rendered in black and white stripes. Above the zebra's head, the words "EXPLORER - DÉPLOYER - TRANSFORMER" are written in a sans-serif font, following the curve of the top of the circle. Below the zebra's head, the signature "JB Coaching" is written in a cursive script. The entire logo is set against a white background.

	BEIGE	C= 29 M= 34 J= 63 N= 15 R= 173 V= 148 B= 98 #AD9462 en opacité 50 % Contour 4pt
	BEIGE	C= 29 M= 34 J= 63 N= 15 R= 173 V= 148 B= 98 #AD9462 Contour 1pt
	NOIR	C= 0 M= 0 J= 0 N= 0 R= 0 V= 0 B= 0 #000000 Contour 2pt

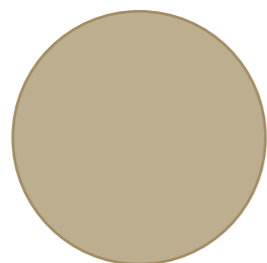
LES COULEURS DE LA DÉCLINAISON DU LOGO

	BEIGE	C= 29 M= 34 J= 63 N= 15 R= 173 V= 148 B= 98 #AD9462
	NOIR	C= 0 M= 0 J= 0 N= 0 R= 0 V= 0 B= 0 #000000
	BLANC	C= 0 M= 0 J= 0 N= 0 R= 255 V= 255 B= 255 #FFFFFF

IMPORTANT : L'originalité du logo et sa déclinaison passent notamment par la combinaison des couleurs spécifiques- dites couleurs identitaires - qui le composent : le beige et le noir.

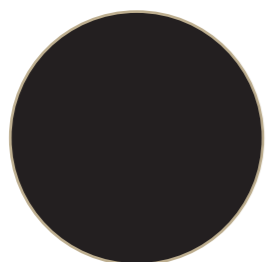
Le blanc, en tant que couleur de fond privilégié, fait également partie intégrante de l'identité visuelle de JB Coaching.

LES COULEURS UTILISÉES POUR TOUS LES SUPPORTS



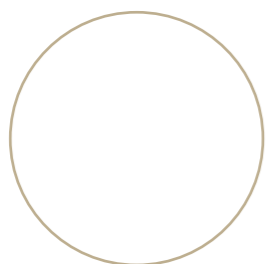
BEIGE KAKI

C= 23 M= 24 J= 43 N= 5
R= 199 V= 182 B= 148
#C7B694



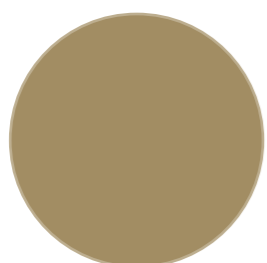
NOIR

C= 0 M= 0 J= 0 N= 0
R= 0 V= 0 B= 0
#000000



BLANC

C= 0 M= 0 J= 0 N= 0
R= 255 V= 255 B= 255
#FFFFFF



BEIGE

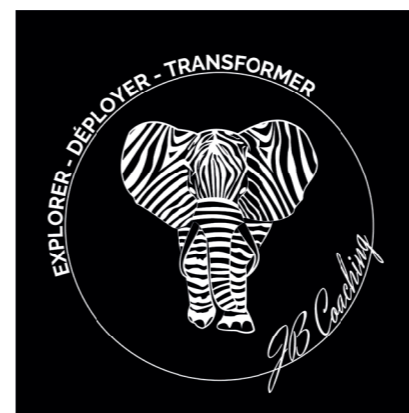
C= 29 M= 34 J= 63 N= 15
R= 173 V= 148 B= 98
#AD9462

IMPORTANT : Le beige que l'on retrouve sur le logo est à utiliser de manière partielle. En effet, le choix du beige kaki s'est imposé, car le beige du logo est trop brut pour l'exploiter dans son entièreté.

LE LOGO ET SA DÉCLINAISON SUR FOND DE COULEURS IDENTITAIRES

Le logo et sa déclinaison sont appliqués sur l'une de ses propres couleurs identitaires, comme présentée ci-dessous. Aucune autre combinaison de couleurs n'est autorisée.

L'utilisation de ces versions doit rester une exception : le logo doit être utilisé prioritairement en couleur et sur fond blanc.



LE LOGO ET SA DÉCLINAISON SUR FOND D'IMAGES



IMPORTANT : Le logo et sa déclinaison sur fond d'images sont à utiliser **de manière à ce qu'ils soient lisibles**. Ils sont **positionnés sur le bas et centrés ou en haut à gauche selon l'image**.



LES UTILISATIONS INTERDITES



INTERDIT : Le beige utilisé pour le logo ne peut pas être utilisé en fond.



INTERDIT : Le logo et sa déclinaison doivent être exclusivement redimensionnés de manière homothétique, ils ne doivent pas être déformés.



INTERDIT : Le logo doit être à l'endroit et le plus lisible possible.

LES TYPOGRAPHIES UTILISÉES POUR TOUS LES SUPPORTS

FONT LIBRE BASKERVILLE

Grâce à sa conception épurée et à ses traits élégants, la police Libre Baskerville est un excellent choix pour les documents formels, les livres, les articles de blog et autres supports de communication où une esthétique classique et une excellente lisibilité sont essentielles.

- Pour les titres principaux utiliser la police :

POLICE TITRE LIBRE BASKERVILLE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

FONT RALEWAY

La police de caractères Raleway est une police moderne et élégante, caractérisée par ses lignes épurées et sa simplicité sophistiquée. Cette police est largement appréciée pour sa polyvalence et sa lisibilité.

Raleway offre une flexibilité pour s'adapter à diverses applications, de l'impression à l'utilisation en ligne. Sa conception sans empattement lui confère une apparence contemporaine, tout en conservant une certaine élégance intemporelle.

- Pour les titres secondaires et les textes utiliser la police :

POLICE TEXTE RALEWAY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

LES TYPOGRAPHIES UTILISÉES POUR LE LOGO

POLICE RALEWAY **BOLD** - en contour 1pt



POLICE *Herr Von Muellerhoff* - en contour 2pt

IMPORTANT : JB Coaching voulait une écriture manuscrite pour représenter son activité. C'est pourquoi nous avons choisi la typographie Herr Von Muellerhoff. C'est une police manuscrite élégante et sophistiquée, conçue pour évoquer l'esthétique des calligraphies traditionnelles.

LES TYPOGRAPHIES UTILISÉES POUR LA DÉCLINAISON DU LOGO

POLICE *Kerr Van Muellerhoff* - en contour 2pt

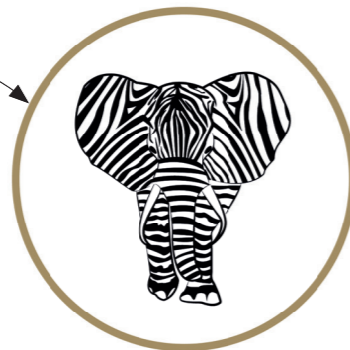


POLICE RALEWAY **BOLD** - en contour 3pt

Contour beige 3pt

FAVICON

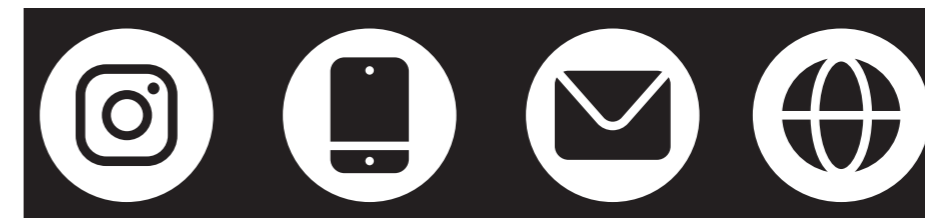
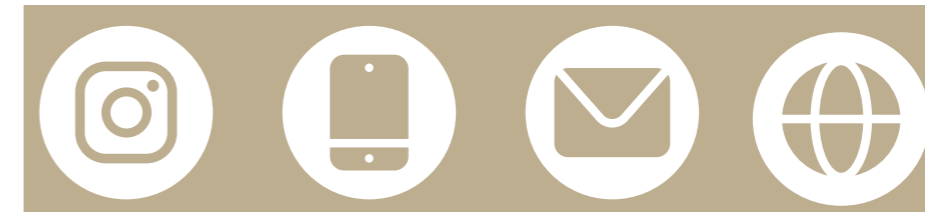
Contour beige 20pt



LES ICÔNOGRAPHIES

Le pictogramme est un dessin stylisé qui a une valeur de symbole.

Pour tous les supports



Pour le site internet



LES SUPPORTS IMPRIMÉS

LE MOODBOARD



LA CHARTE GRAPHIQUE



LA CARTE DE VISITE



LE FLYER



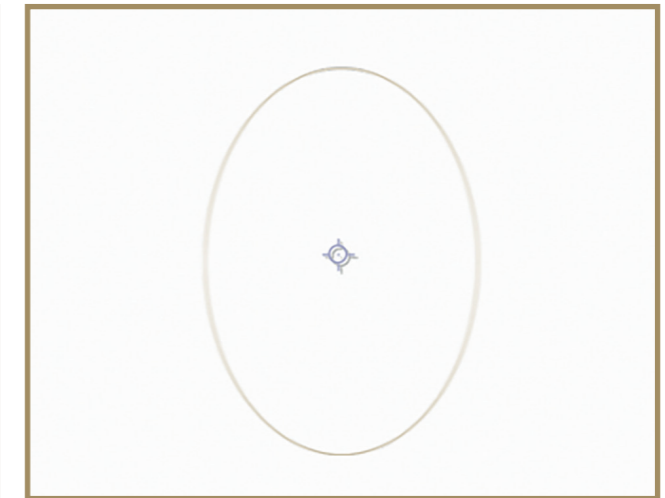
• ANIMATION DU LOGO •

LE STORYBOARD

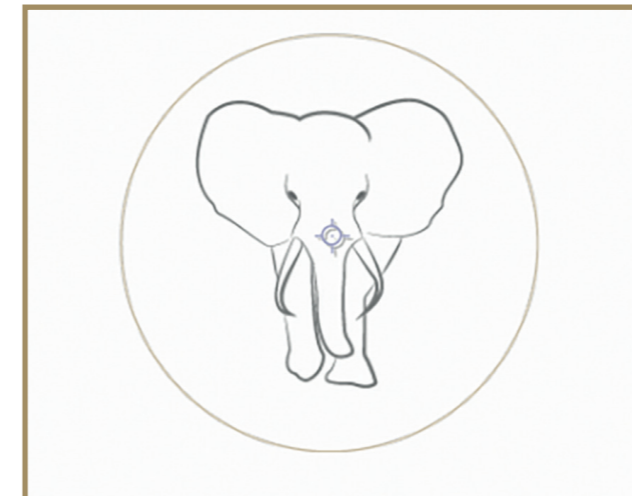
Un storyboard est un outil essentiel dans la pré-production de films, d'animations, de bandes dessinées, de publicités et d'autres formes de médias visuels. Il permet de planifier et de visualiser l'ensemble de l'histoire, aidant ainsi à aligner la vision créative de l'équipe et à guider la production ultérieure.



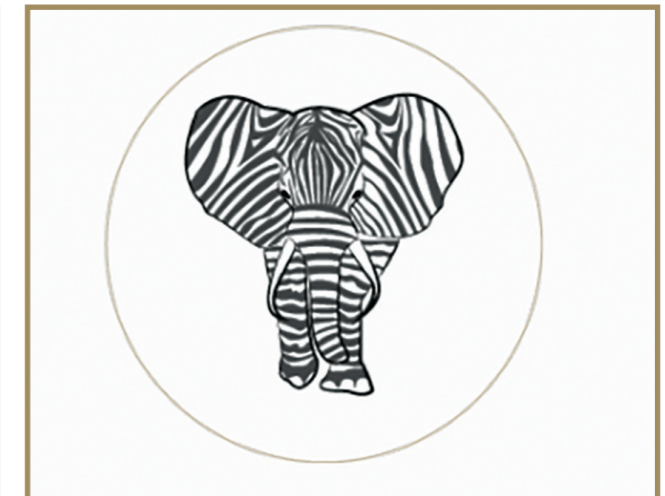
L'animation commence par un fond blanc.



Le cercle du logo apparaît à une seconde et tourne sur lui-même pendant 1 seconde.



Le contour de l'éléphant apparaît en grandissant à 3 secondes et est totalement visible à 4 secondes.



Les rayures commencent à apparaître à 3,5 secondes et sont totalement visibles à 5 secondes.



Les valeurs arrivent à 6 secondes en suivant le cercle.



JB Coaching arrive entièrement à 10 secondes en ayant un effet d'écriture.

03.

LE SITE INTERNET

LE SITE INTERNET

- Hébergement et nom de domaine
- WordPress et DIVI
- L'arborescence du site
- Zoning
- Wireframe
- Maquette
- Prototype
- Sécurité
- Référencement

HÉBERGEMENT ET NOM DE DOMAINE

WORDPRESS ET DIVI

HÉBERGEMENT



PREMIUM

Une solution idéale pour les sites web personnels

2,99€/mois

Hostinger est un **hébergeur web** qui offre une **expérience rapide** à tous ses utilisateurs.

Il a été déclaré, suite à plusieurs tests réalisés, comme l'hébergeur **le plus fiable du marché**.

Les **fonctionnalités disponibles** sur les différents packs proposés par l'hébergeur :

- **Nom de domaine est offert** avec 10 extensions disponibles, dont .com et .fr.
- **Sauvegardes automatiques** quotidiennes ou hebdomadaires
- **Certificats SSL offerts**
- **Possibilité de mettre plusieurs sites web** sur le même plan d'hébergement (gestion multi-sites)
- **Pas de limite de bande passante**
- **Technologie LiteSpeed et plugin de cache LS Cache** pour accélérer WordPress.

NOM DE DOMAINE



juliebeauvaiscoaching.fr

6,99€ la première année puis 8,99€ les autres années

Le **choix du nom de domaine** a été compliqué, car il n'y avait plus de disponibilités sur :

jbcoaching.fr ou .com

Donc nous avons décidé avec Julie de mettre son prénom et son nom, suivi de coaching pour le référencement :

juliebeauvaiscoaching.fr

WORDPRESS



WORDPRESS

CMS gratuit

WordPress est un **système de gestion de contenu (CMS)** gratuit et open source qui **permet de créer des sites Internet** avec ou sans connaissances en programmation. Les plugins et les thèmes permettent d'étendre les fonctions des sites WordPress et de personnaliser les mises en page selon ses besoins.

Il **dispose d'une vaste communauté d'utilisateurs** et **est doté de diverses fonctions de référencement** intégrées qui fonctionnent bien avec Google et d'autres moteurs de recherche. Cela signifie que **les moteurs de recherche peuvent facilement explorer le contenu de votre site web et l'indexer dans les pages de résultats de recherches pertinentes**.

DIVI



Environ 260€ à vie

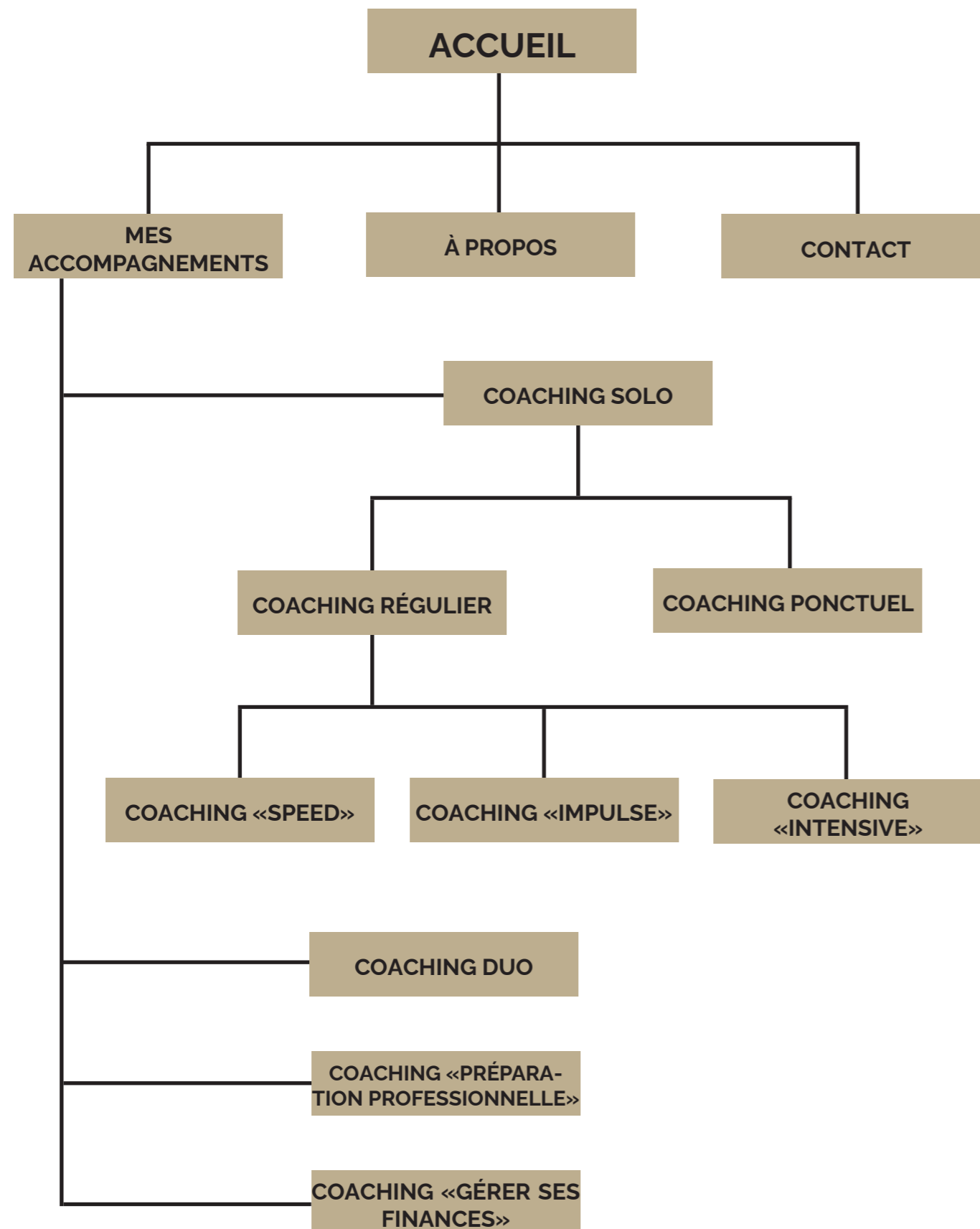
Divi est un puissant **éditeur de sites Web** qui propose un éditeur visuel. Il permet de **créer et modifier des pages Web** sans code informatique ni connaissances en programmation.

Divi a grandement contribué à la démocratisation du design de pages Web, en permettant aux propriétaires de site peu expérimentés en informatique de créer des sites internet, tout en offrant des possibilités avancées pour les utilisateurs avertis et les développeurs.

Divi vient sous la forme d'un thème et d'un plugin pour le CMS WordPress. Il est édité par Elegant Themes Inc., une société de San Francisco pour laquelle travaillent plus de 70 personnes.

ARBORESCENCE DU SITE

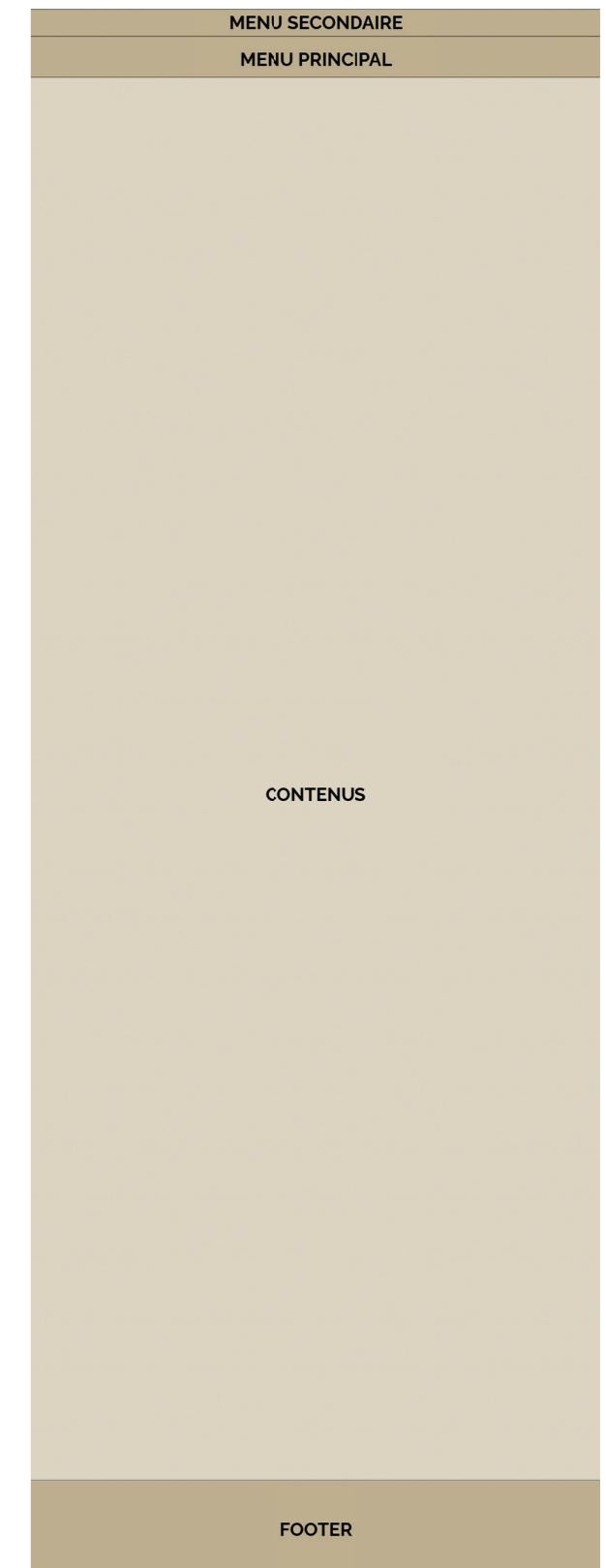
ZONING



ZONING PAGE ACCUEIL



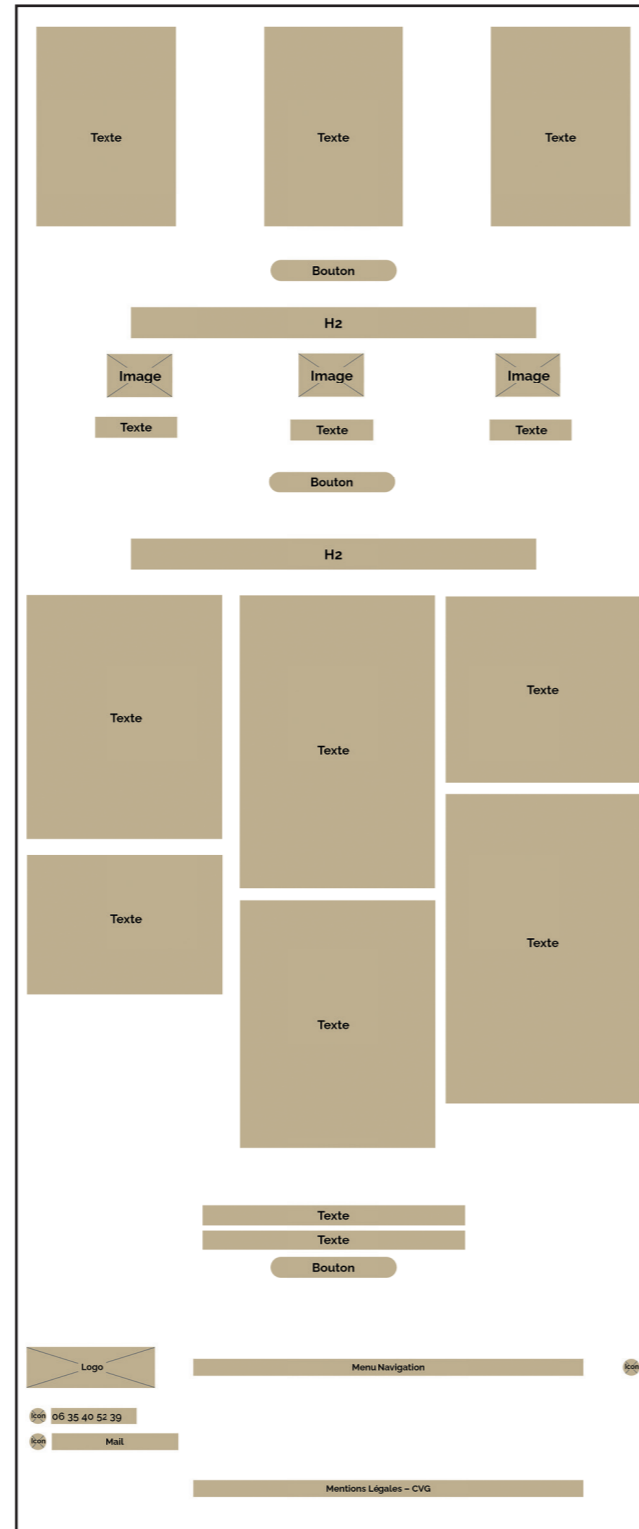
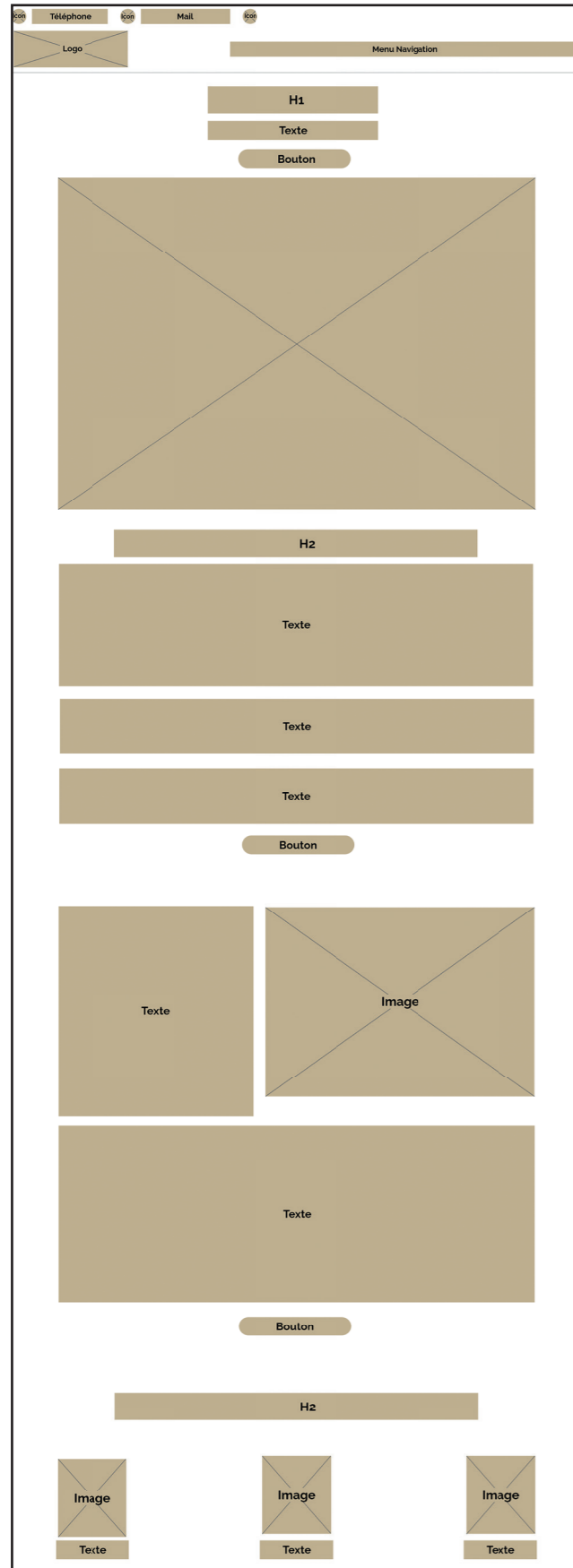
ZONING PAGE NAVIGATION



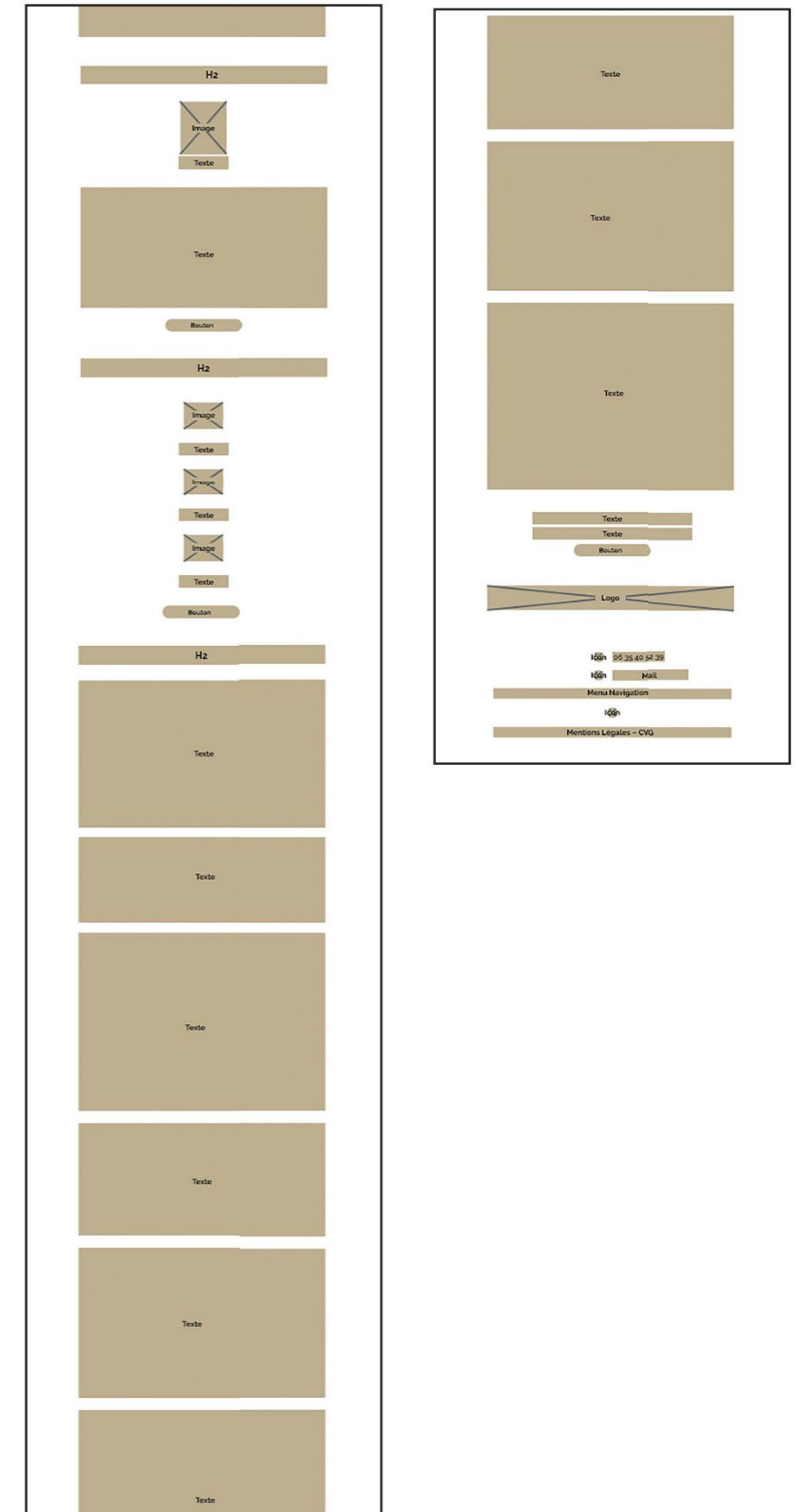
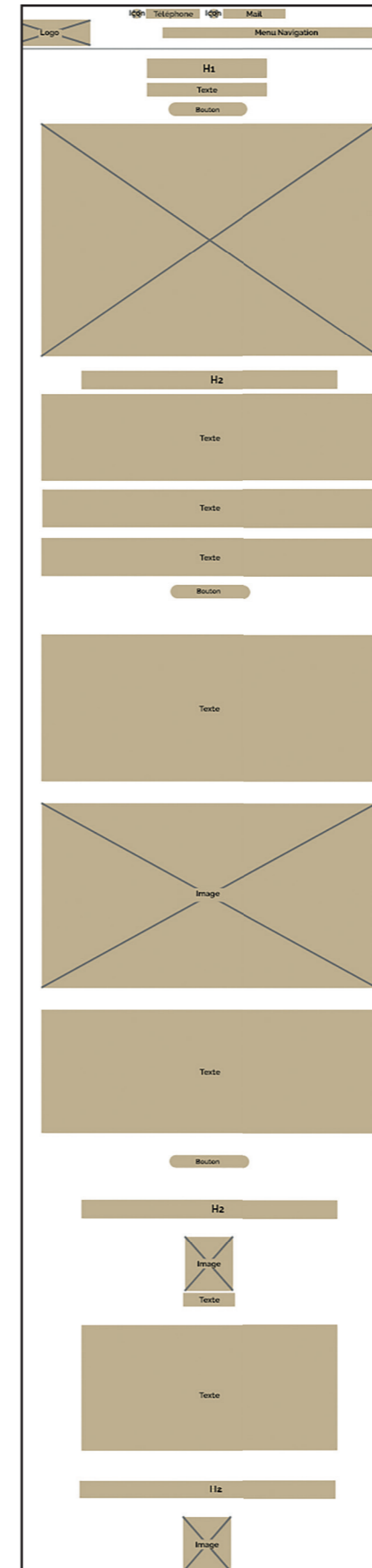
WIREFRAME

WIREFRAME MOBILE

WIREFRAME PAGE ACCUEIL



WIREFRAME MOBILE PAGE ACCUEIL



MAQUETTE

MAQUETTE MOBILE

The desktop 'ACCUEIL' page features a dark header with the logo and navigation menu. Below is a hero section with a woman's portrait and the text 'COACH PROFESSIONNELLE CERTIFIÉE'. A central section titled 'LES VALEURS DE MES COACHINGS' lists 'ÉNERGIE', 'BIENVILLANCE', and 'ENGAGEMENT' with icons. Below this is a 'VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?' section with a 'Contactez moi' button. The footer includes contact information and social media icons.

The desktop 'MES ACCOMPAGNEMENTS' page is divided into three columns: 'LE COACHING EN SOLO', 'LE COACHING «SPEED»', and 'À PROPOS DE MOI'. Each column contains a brief description of the service and a 'Découvrez le coaching' button. A central navigation bar is present at the top. The footer contains contact details and social media links.

The desktop 'COACHING RÉGULIER' page features a central heading and a grid of three coaching options: 'COACHING "SPEED"', 'COACHING "IMPULSE"', and 'COACHING "INTENSIVE"'. Each option includes a short description and a 'Découvrez le coaching' button. The page also includes a 'CONTACT' section with a form and contact information in the footer.

The mobile 'MES ACCOMPAGNEMENTS' page uses a vertical layout with a dark header. It features a list of coaching options with icons and brief descriptions. A 'Découvrez le coaching' button is placed below each option. The page includes a contact section at the bottom with a phone number and email address.

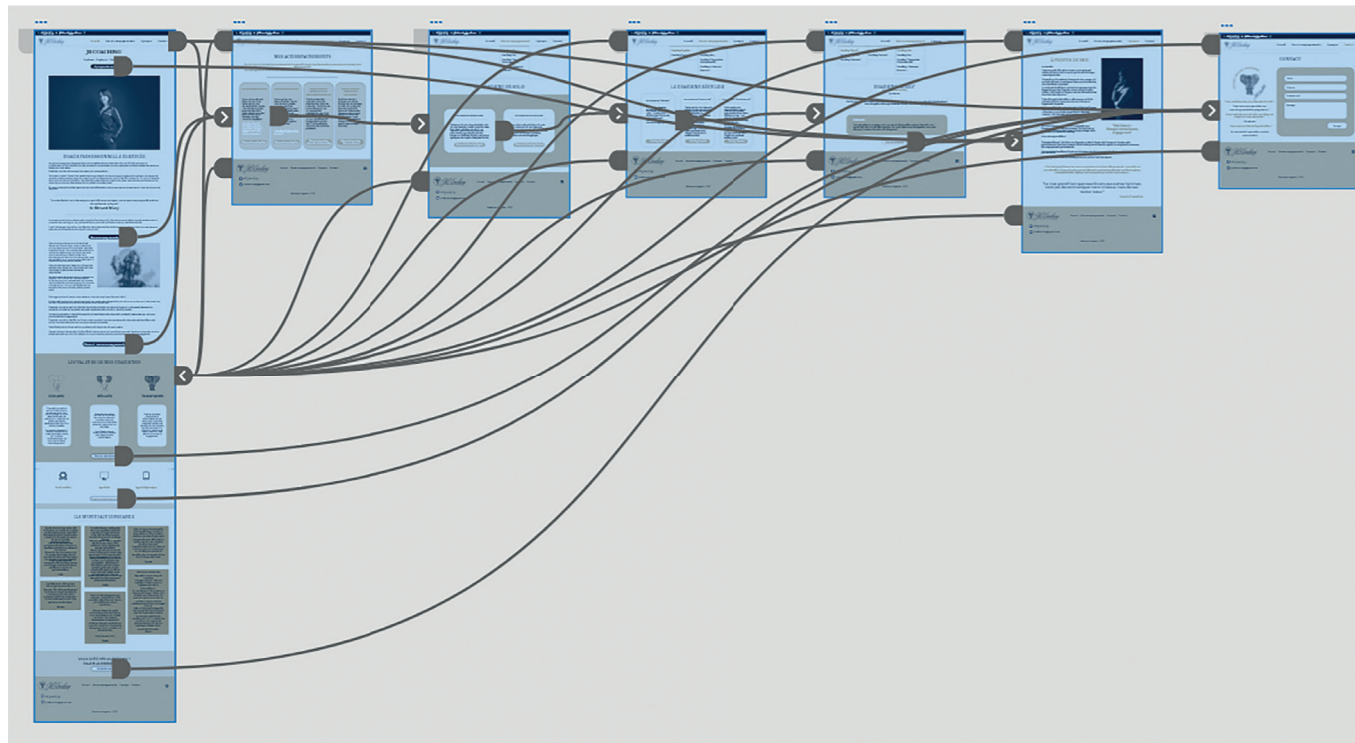
The mobile 'LE COACHING EN SOLO' page features a dark header and a central heading. It lists three coaching options: 'COACHING RÉGULIER', 'COACHING PONTUEL', and 'COACHING "SPEED"'. Each option is accompanied by a brief description and a 'Découvrez le Coaching' button. The footer contains contact information and social media icons.

The mobile 'À PROPOS DE MOI' page features a dark header and a central heading. It contains a bio section with a woman's portrait and text. Below is a 'POUR QUI ?' section and a 'RÉSERVER MA SÉANCE' button. The footer includes contact details and social media links.

The mobile 'CONTACT' page features a dark header and a central heading. It includes a contact form with fields for 'Nom', 'Prénom', 'Adresse mail', and 'Message', along with an 'Envoyer' button. The footer contains contact information and social media icons.

PROTOTYPE

Le prototype web fait partie de la phase de conception d'un projet de création de site internet ou de développement d'application mobile. Il vise à simuler l'interface du produit et à anticiper les interactions des utilisateurs avec le futur produit : il donne un premier aperçu de celui-ci.



SITE INTERNET



SÉCURITÉ

LE CERTIFICAT SSL

Un certificat SSL est **un fichier de données qui lie une clé cryptographique aux informations d'une organisation**. Installé sur un serveur, **le certificat active le cadenas et le protocole « https »**, afin d'assurer une connexion sécurisée entre le serveur web et le navigateur. Le SSL est généralement **utilisé pour sécuriser les transactions bancaires, le transfert de données et les informations de connexions**. Il est récemment devenu la norme pour sécuriser la navigation sur les sites de réseaux sociaux.

Les certificats SSL lient ensemble :

- Un nom de domaine, un nom de serveur et un nom d'hôte.
- L'identité de l'organisation (nom d'entreprise) et le lieu.

LES MISES À JOUR

L'importance des mises à jour permet :

- **La sécurité** : des mises à jour de sécurité vont permettre de corriger d'éventuelles failles ou problèmes qui limiteront les possibilités de piratage ou de fuites de données.
- **Les fonctionnalités** : les mises à jour logiciel peuvent inclure de nouvelles fonctionnalités. Ces mises à jour vont contribuer à améliorer l'expérience de l'utilisateur.
- **La performance** : certaines mises à jour techniques permettent de se pencher sur des problèmes de performance comme la vitesse de chargement des pages du site.
- **La compatibilité** : une mise à jour peut aussi permettre de corriger des problèmes de compatibilité avec les navigateurs et les appareils mobiles (responsive design).

LES SAUVEGARDES

La mise en place de sauvegardes régulières des fichiers FTP et de la base de données est primordiale. Il est recommandé d'opter pour des sauvegardes automatiques effectuées de manière hebdomadaire par votre hébergeur, et de réaliser des sauvegardes manuelles avant et après des modifications majeures.

Ces sauvegardes sont conservées sur un disque dur externe déconnecté de tout ordinateur.

SOLID SECURITY

C'est un plugin de sécurité WordPress permettant de protéger le site d'attaques et de tentatives de piratage.

Il apporte au travers de ses fonctionnalités :

- **Une bonne protection** contre les attaques par force brute, protection contre les robots,
- **La possibilité de gérer la double authentification**, protection supplémentaire en cas de vols d'identifiants,
- **Des fonctionnalités de surveillance des fichiers critiques de WordPress**,
- La **possibilité de bloquer les API**, réduisant ainsi la vulnérabilité du système aux attaques.

RÉFÉRENCIEMENT

LE SEO

Le SEO est l'acronyme de Search Engine Optimisation. Concrètement, il s'agit d'aider les pages d'un site web à **intégrer la première position des moteurs de recherche**.

La **mise en place d'une stratégie SEO** repose sur 3 piliers fondamentaux :

La technique : c'est la manière dont le site est constitué. Cela renvoie, entre autres, au temps de chargement, balises Hn, méta descriptions, redirections, etc.

Les backlinks : ce sont tous les liens en interne et en externe. Le maillage interne définit l'architecture globale du site, facilitant ainsi sa navigation. De leurs côtés, les liens externes proviennent de sites tiers.

Le contenu : pour améliorer leur positionnement, les entreprises doivent fournir aux internautes du contenu de qualité, tout en permettant aux moteurs de recherche de comprendre l'objectif du texte. Pour cela, il est primordial de définir une requête clé (correspondant à l'intention de recherche de l'utilisateur) et d'enrichir le champ sémantique.

Bon à savoir : Pour améliorer leur visibilité en ligne, les entreprises peuvent aussi développer leur présence sur les réseaux sociaux ou encore leur stratégie d'annonces publicitaires sur les moteurs de recherche ; également appelée SEA.

YOAST

Yoast SEO est un module complémentaire (plugin) dédié à l'optimisation du contenu rédactionnel sur WordPress.

Il reprend 4 données de bases essentielles de l'optimisation SEO, à savoir :

- La requête clé (intention de recherche),
- Le méta titre (titre de la page web),
- L'adresse URL (slug = nom de la page),
- La méta description (description de la page).

OPTIMISATION DU SITE

L'optimisation du site est l'ensemble des techniques visant à améliorer la qualité du contenu d'un site / page web. Plusieurs éléments sont à perfectionner à partir de votre stratégie de mots-clés :

- Balise Title
- Balises sémantique (H1-H6)
- Balises Meta (Meta description, mots-clés)
- Optimisation des images (redimensionner les images en WebP)
- Maillage interne (liens internes)
- Expérience Utilisateur

LA RECHERCHE DES MOTS CLÉS

coach - coaching - développement personnel - accompagnement - changer ma vie - confiance en soi - burn out - coaching emploi - lâcher-prise - difficulté - mindset - travail sur soi - épanouissement - dépassement de soi - transformation personnelle - coach de vie - coach de développement personnel - retrouver un emploi - créer une lettre de motivation - aide - coaching duo - coaching couple - coaching bien-être

04.

LA STRATÉGIE DIGITALE

STRATÉGIE DIGITALE

- Les besoins de l'audience cible
- La communication des concurrents
- Le choix du canal de diffusion
- La ligne éditoriale
- Vidéo promotionnelle

LES BESOINS DE L'AUDIENCE CIBLE

Nous avons identifié trois cibles qui ont entre 25-40 ans. Nous allons maintenant identifier quels sont les réseaux sociaux qu'ils ont en commun et quelles sont les informations qu'ils recherchent quand ils scrollent sur les écrans.



Benoît MARTIN

CIBLE 1 : 30-35 ans

- RÉSEAUX SOCIAUX -



- SES RECHERCHES -

- Des conseils et des podcasts d'entrepreneurs
- Du divertissement
- De l'inspiration lifestyle d'Anthony Bourbon Fondateur de Blast.Club (investisseur)
- Du réseautage professionnel



Thaïs LY

CIBLE 2 : 25-30 ans

- RÉSEAUX SOCIAUX -



- SES RECHERCHES -

- Du divertissement
- De l'inspiration lifestyle de Thierry Lauret Coach de développement personnel et préparation mentale
- Des conseils bien-être



Adeline GRANIER

CIBLE 3 : 35-40 ans

- RÉSEAUX SOCIAUX -

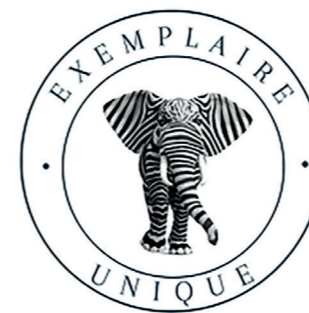


- SES RECHERCHES -

- Des conseils d'organisation vie de famille/vie pro
- Des podcasts sur le développement personnel
- De l'inspiration lifestyle de Caroline Receveur
- Du réseautage professionnel

LA COMMUNICATION DES CONCURRENTS

Nous avons identifié les canaux de communication des concurrents et le seul canal de diffusion qu'ils ont en commun est Instagram.



Sylvie DUCLOS

- Coach professionnelle certifiée RNCP -

Site Internet : www.exemple-unique.fr

Facebook : [sylvieduclospro](#) | 817 Followers

Instagram : [sylvie_duclos](#) | 557 Followers



Laëtitia THEVENIN

- Coach personnel spécialisée en jalousie et relations -

Site Internet : www.relationssaines.fr

Instagram : [_laetitia_thevenin_coaching_](#) | 146 Followers

Youtube : [Laëtitia Thevenin Coaching](#) | 18 vidéos



Caroline ROUX

- Coach humaniste -

Site Internet : www.carolineroux.fr

Facebook : [carolineroux_coaching](#) | 302 Followers

Instagram : [carolineroux_coaching](#) | 1011 Followers

LinkedIn : [Caroline Roux](#) | 775 abonnés

Youtube : [Caroline Roux - coaching](#) | 34 abonnés | 12 vidéos



Céline JAUFFRET

- Fondatrice de REIWA-Coaching -

Site Internet : www.reiwa-coaching.com

Instagram : [Lien ne marche pas](#)

Youtube : [REIWA-Coaching](#) | 76 abonnés | 10 vidéos

Facebook : [Lien ne marche pas](#)

LinkedIn : [Lien ne marche pas](#)

LE CHOIX DU CANAL DE DIFFUSION

Nous avons choisi le réseau **Instagram**, car c'est le réseau social **le plus populaire auprès des jeunes**.

Créé en 2010 et racheté par Facebook en 2012, la plateforme compte **24 millions d'audiences publicitaires potentielles en France**.

81% des personnes interrogées utilisent Instagram pour découvrir des produits et des services.

La population d'Instagram est plutôt jeune et la grande majorité de ses cibles publicitaires **est âgée de 18 à 34 ans (environ 62 %)**.

Parmi tous les utilisateurs français, **53% des utilisateurs sont des femmes et 47% sont des hommes**.

Il faut savoir que **90% des utilisateurs suivent des marques**.

Quelques chiffres-clés

- Il y a environ **200 millions de comptes d'entreprises sur Instagram**
- **40,4 % des professionnels** disent que leur entreprise utilise **Instagram pour ses activités**
- **62,7 % des utilisateurs d'Instagram** se servent de l'application **pour suivre des marques ou trouver leurs produits**

(source année 2024 : <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-instagram/>)

LA LIGNE ÉDITORIALE

LE CALENDRIER ÉDITORIAL

Le calendrier éditorial va **permettre d'améliorer l'organisation de JB Coaching dans ses publications**. Il est parfois difficile de s'y retrouver avec les différents thèmes que l'on aborde sur les réseaux sociaux. JB Coaching **doit également savoir adapter ses posts avec le contexte actuel, les saisons et les nouvelles tendances (exemple : le calendrier des marronniers)**. Un calendrier éditorial pour réseaux sociaux vous **permet d'avoir une vue d'ensemble sur ce que l'on a à faire**.

JUIN 2024

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENREDI	SAMEDI	DIMANCHE
					01 PRÉSENTATION JB COACHING 11h	02
03	04	05 QU'EST-CE QU'UN COACHING ? 11h	06	07	08 POST SUR LE BIEN-ÊTRE MENTAL	09
10	11 JOURNÉE MONDIALE DU BIEN-ÊTRE 9h	12	13	14	15 MES VALEURS 11h	16
17	18	19 CITATION 11h	20	21	22 POST SUR LA VIE AMOUREUSE	23
24	25	26 MES ACCOMPAGNEMENTS 11h	27	28	29 POURQUOI AVAIRE BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT 11h	30

RÉGULARITÉ DES POSTS : au moins deux publications par semaine avec deux stories qui accompagneront les posts.

De plus, les stories («snack content» qui désigne un contenu court pour une consultation rapide) **augmentent la portée, accroissent la notoriété de l'entreprise, attirent de nouveaux leads et augmentent les chances de les convertir en clients**.

Plus JB Coaching sera régulière dans les posts, mieux elle gagnera en visibilité.

LE TON UTILISÉ

Le ton utilisé est un ton **chaleureux et bienveillant**. On privilégiera le **tutoiement pour être cohérent avec l'âge de notre cible et être au plus proche de notre communauté**.

LES THÈMES

Différents thèmes ont été définis :

- **JB Coaching** : c'est tout ce qui va concerner l'actualité de l'entreprise.

Exemple : à propos de moi, horaires, congés, formations etc.

- **Mes accompagnements** : ce sont tous les services que propose JB Coaching.

Exemple : explication du coaching en duo, présentation du coaching «Speed» etc.

- **Citations** : ce sont toutes les citations qui parlent à JB Coaching et leurs explications.

Exemple : « Je reviendrai et vous vaincrai parce que, telle une montagne, vous ne pouvez pas grandir, mais en tant qu'humain, je le puis » - Sir Edmund Hillary

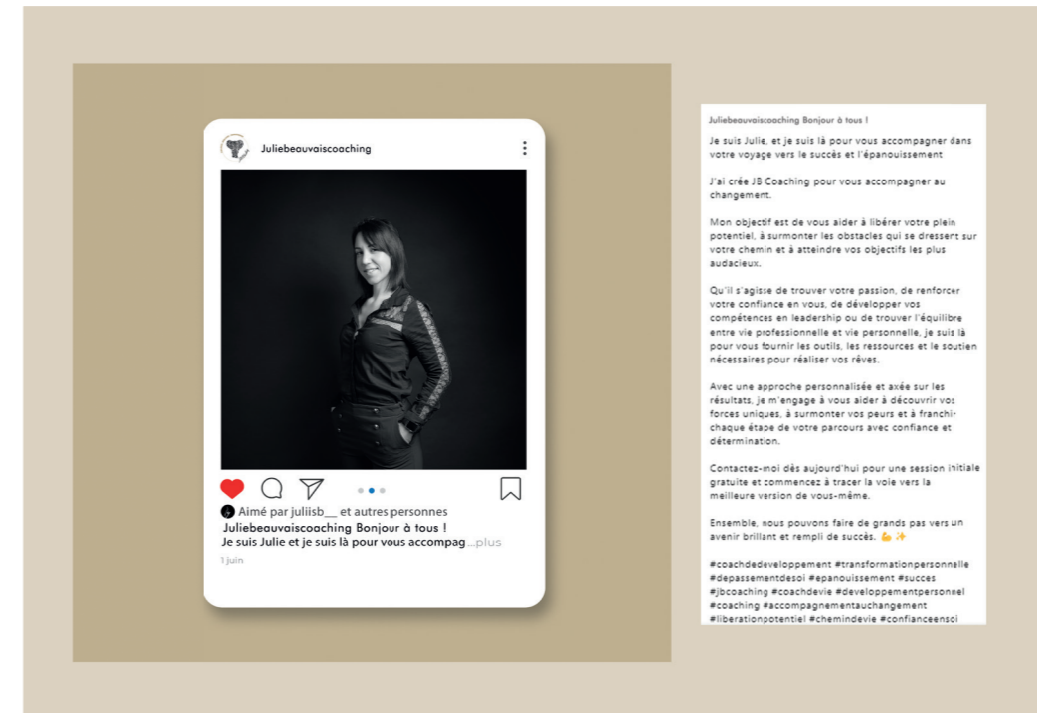
Grande citation du premier homme à diriger une équipe qui a conquis l'Everest. Bien sûr, il aurait pu abandonner après le premier essai, mais heureusement il ne l'a pas fait et vous ne devriez pas abandonner non plus.

- **Témoignages** : Ce sont tous les témoignages reçus des clients de JB Coaching.

Exemple : Coaching avec Julie au top !
Elle est professionnelle et à l'écoute. Elle cible parfaitement les attentes et personnalise le coaching en fonction de la personne qu'elle accompagne.
Je la recommande à tous ceux qui ont envie d'évoluer !

Nicolas

EXEMPLE DE POST



LE FEED INSTAGRAM



VIGNETTES STORIES À LA UNE



JB Coaching



Mes coachings



Citations



Témoignages

• VIDÉO PROMOTIONNELLE •

LE STORYBOARD

Un storyboard est un outil essentiel dans la pré-production de films, d'animations, de bandes dessinées, de publicités et d'autres formes de médias visuels. Il permet de planifier et de visualiser l'ensemble de l'histoire, aidant ainsi à aligner la vision créative de l'équipe et à guider la production ultérieure.



0s à 2s : Plan cadre naturel avec JB COACHING en titre



2s à 4s : Plan Julie qui marche avec «JB COACHING» en titre



4s à 6s : Plan Julie qui marche vers son client



6s à 8s : Plan du client qui marche vers Julie



8s à 10s : Plan du client qui serre la main de Julie



10s à 11s : Plan Julie qui serre la main à son client



11s à 14s : Plan Julie qui marche avec son client avec titre «COACH PROFESSIONNELLE CERTIFIÉE»



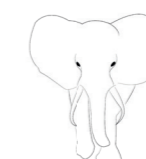
14s à 16s : Plan Julie qui explique le coaching à son client avec le même titre que le rush précédent



16s à 17s : Plan Julie qui parle à son client avec le même titre que le rush précédent



17s à 19s : Plan avec Julie qui parle et son client qui l'écoute



EXPLORER

19s à 24s : Plan animation de la valeur «EXPLORER» de JB Coaching



24s à 27s : Plan Julie qui touche l'épaule à son client avec en titre «ENSEMBLE NOUS ALLONS FAIRE UN TRAVAIL D'EXPLORATION DE SOI»



27s à 29s : Plan avec le client seul qui va écrire ce qu'il ressent avec le même titre que le rush précédent



29s à 31s : Plan du client qui note des choses dans son calepin en regardant au loin



DÉPLOYER

31s à 36s : Plan animation de la valeur «DÉPLOYER» de JB Coaching



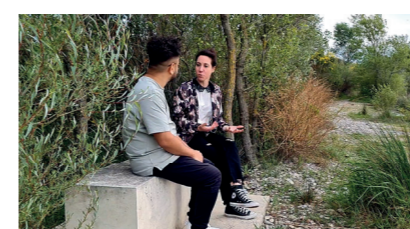
36s à 39s : Plan avec le client seul qui écrit ce qu'il pense



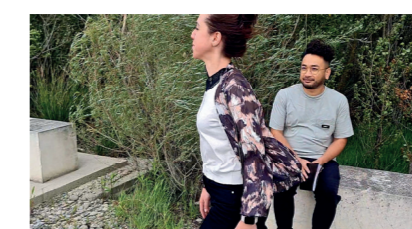
39s à 44s : Plan du client qui explique ce qu'il a noté et Julie qui écoute avec en titre «ENSEMBLE NOUS ALLONS IDENTIFIER VOS FORCES»



44s à 45s : Plan du client qui parle et Julie qui écoute



45s à 48s : Plan de Julie qui parle à son client



48s à 52s : Plan de Julie qui part et le client qui regarde Julie partir



TRANSFORMER

52s à 57s : Plan animation de la valeur «TRANSFORMER» de JB Coaching



57s à 1m05s : Plan du client avec un visage apaisé grâce au coaching avec le titre «L'IDENTIFICATION DE SES FORCES VA ÊTRE UN POINT D'APPUI VERS LA TRANSFORMATION»



1m05s à 1m16s : Plan de Julie avec son client



1m16s à 1m28s : Plan animation du logo de JB Coaching et ses coordonnées

• RETOUR SUR MON STAGE •

J'ai effectué mon stage à Vap Concept pendant un mois. J'ai eu la chance de gérer 5 comptes Instagram et Facebook. Pendant ce stage, j'ai créé des posts, des reels, des stories et j'ai eu l'opportunité de créer un compte Instagram et Facebook pour l'ouverture d'un magasin. J'ai programmé des posts jusqu'à fin juin. C'était une belle expérience pour moi, car j'ai repris confiance en moi et au monde de l'entreprise.

Pour voir le travail que j'ai réalisé en stage sur un compte, c'est par ici



• CE QUE J'AI AIMÉ •

Ce projet me tenait à cœur, car Julie est une ancienne camarade de classe et nous avons gardé des liens malgré nos chemins de vie différents.

Cela m'a rassuré de faire, avec elle, mon tout premier projet ! Je lui ai créé son univers graphique et elle en est très satisfaite. Je suis contente d'avoir pu travailler au plus proche de ma cliente. C'est vraiment ce que je veux transmettre dans mes prestations : le client est au cœur de mes réalisations.

Cela a toujours été ma priorité lorsque je travaillais dans le commerce. Pour moi, le service client est primordial.

Ensuite, j'ai eu une période de stage qui m'a énormément apporté où le maître mot était : «sors de ta zone de confort Tiffany». J'ai eu un tuteur de stage qui m'a fait pleinement confiance.

Je suis reconnaissante aussi d'avoir eu la chance de faire ma formation à Optim'hum. J'ai aimé l'accompagnement des formateurs, leur disponibilité et leur expertise professionnelle.

Le meilleur pour la fin, j'ai adoré notre groupe de stagiaires. L'aide mutuelle et la bienveillance que l'on a pour l'un et pour l'autre.

• MES AXES D'AMÉLIORATIONS •

Ce que je retiens sur mes axes d'améliorations de mon projet, c'est que j'aurais dû cadrer ma prestation (mise en place d'un cahier des charges).

Le nombre de modifications a été important et à l'avenir je proposerai un nombre restreint de modifications, à savoir, trois modifications possibles et un supplément tarifaire sera demandé s'il y en a plus.

Ensuite, j'aurais dû modifier les maquettes et montrer le visuel à ma cliente et non pas travailler directement sur le site.

Ce qui a eu pour conséquence que je me suis retrouvée à avoir une grosse charge de travail supplémentaire.

Cela m'a permis d'en tirer une leçon et d'être vigilante pour mes prochaines prestations.

• LE TÉMOIGNAGE DE JULIE •

« J'ai beaucoup aimé travailler avec Tiffany, elle a su comprendre mes attentes, elle a été patiente et force de propositions pour améliorer la mise en lumière de mes idées. Elle m'a comprise. Très à l'écoute de qui j'étais, avant de se préoccuper de ce que je voulais, j'ai apprécié cet aspect humain qui a débuté par un travail sur mes valeurs, venant de Tiffany cela n'a pas été une surprise. Elle a investi beaucoup de son temps pour ce projet et le résultat final est bien au dessus de mes attentes, un résultat qualitatif et à l'image que je souhaitais, je la remercie grandement pour tout ce qu'elle a fait pour mon projet, et j'espère que notre collaboration, nous apportera la réussite à toutes les deux »

Julie Beauvais de JB Coaching

• REMERCIEMENTS •

Je tiens à remercier Julie, pour la confiance et l'indulgence qu'elle a eu envers moi. Merci pour ce bout de chemin partagé ensemble, je n'aurais pas rêvé mieux qu'elle comme cliente pour commencer. Merci à elle d'avoir été patiente et compréhensive avec moi.

Un grand merci à Optim'hum et à ses formateurs. Merci beaucoup de m'avoir permis d'accéder à cette formation. Merci pour votre expertise professionnelle ainsi que votre envie de transmettre votre passion.
MERCİ Nicolas Galas, Louna, Sébastien, Vivian, Aurore, Nicolas Reynaud, Ludo, Florian, Coralie et toute l'équipe d'Optim'hum.

Merci à mes collègues de formation. Vous n'imaginez même pas à quel point vous m'avez apporté durant cette formation. Autant personnellement que professionnellement, vous m'avez tous permis de m'ouvrir et de me redonner l'envie de faire confiance à l'autre. MERCI BEAUCOUP pour cela !

Merci à Michael Reynaud de m'avoir permis de l'accompagner dans ses boutiques et de me faire totalement confiance, à me laisser gérer ses réseaux sociaux. Merci ! Grâce à lui, j'ai repris confiance au monde de l'entreprise et repris confiance en moi. MERCI POUR TOUT !

Merci à ma famille et mes amis de m'avoir soutenu dans cette aventure.

Et surtout MERCI à mon mari. Sans lui, je n'aurais pas fait cette formation. Merci de m'avoir bousculé quand je me suis renfermée sur moi-même. Merci pour sa patience et sa bienveillance. Merci d'être toujours là.

La citation du début du dossier :

«Le monde entier se trouve en toi-même,

Et si tu sais comment regarder et apprendre,

Tu trouveras la porte dont la clé est dans ta main,

Personne au monde ne peut te donner la clé ou la porte à ouvrir,

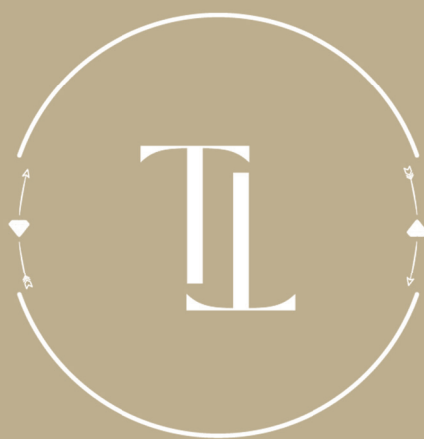
Seul toi peux le faire.» de Jiddu Krishnamurti

Cette citation est pour moi un des éléments qui a redonné un sens à ma vie. À travers cette formation, j'ai retrouvé la clé de mon bonheur professionnel et j'ai ravivé la flamme qui était en moi.

MERCI POUR TOUT



RÉALISÉ PAR TIFFANY TENG



TIFFANY TENG
- Graphiste & Webdesigner -