

# RAPPORT DE STAGE

2024

Rédigé par  
Camille Dzirianian  
Bachelor Cycle Web  
et Multimédia B2B



# SOMMAIRE

<u>Partie 1 - L'entreprise</u>	<b>3</b>
<u>Partie 2 - L'activité professionnelle confiée par l'entreprise</u>	<b>7</b>
<u>Partie 3 - Résultats et analyse de l'expérience</u>	<b>20</b>
<u>Conclusion</u>	<b>23</b>
<u>Annexes</u>	<b>24</b>

# INTRODUCTION

Trouver un stage en community management de nos jours peut s'avérer être un défi complexe. Dans un monde de plus en plus connecté, où les médias sociaux jouent un rôle prépondérant dans la stratégie de communication des entreprises, de nombreux étudiants sont attirés par ce domaine en pleine expansion. Cependant, le nombre croissant de demandes de stage rend la concurrence féroce, ce qui rend la recherche d'une opportunité de stage d'autant plus difficile

Cependant, j'ai eu la chance de trouver une association qui correspondait parfaitement à mes attentes en tant que stagiaire en community management : Orémis, une association reconnue d'intérêt général, spécialisée dans l'accompagnement des élèves présentant des troubles de l'apprentissage et dans la lutte contre le harcèlement scolaire.

Dans un monde en constante évolution, le travail à distance offre une flexibilité et une liberté qui permettent aux employés de s'épanouir dans leur travail. Cette opportunité de travailler à distance m'a permis d'accomplir mes tâches avec sérénité, tout en me donnant la possibilité de gérer mon temps de manière autonome. Cela m'a également permis d'acquérir une expérience précieuse dans le domaine du community management en travaillant à distance, une compétence de plus en plus recherchée par les entreprises.

Au-delà de l'aspect pratique du télétravail, j'ai également été ravi de pouvoir contribuer à une association en plein développement, telle qu'Orémis. En tant que stagiaire, j'ai pu constater à quel point l'équipe d'Orémis était impliquée dans la réussite de l'association. Se sentir utile dans une structure engagée m'a donné une motivation supplémentaire pour donner le meilleur de moi-même et apporter une réelle valeur ajoutée à l'association.



De plus, ce stage de deux mois a été une véritable opportunité pour moi de redécouvrir le métier de community manager de manière concrète. En tant qu'aspirant community manager, j'ai pu mettre en pratique les connaissances théoriques acquises lors de ma formation et les adapter aux besoins spécifiques d'Orémis. J'ai été impliqué dans des projets concrets, ce qui m'a permis de développer mes compétences en matière de gestion de communauté, de création de contenu et d'analyse des performances sur les réseaux sociaux.

Ce rapport de stage vise à présenter en détail mon expérience au sein de l'association Orémis, les missions qui m'ont été confiées et les compétences que j'ai pu développer tout au long de cette période enrichissante. Je souhaite également souligner l'importance de cette opportunité pour ma future carrière de community manager et les leçons précieuses que j'ai pu en tirer.



## STATUT DE L'ENTREPRISE ET SON SECTEUR D'ACTIVITÉ

Orémis est une association loi 1901 reconnue d'intérêt général, créée en mai 2016. Basée à Istres, elle a été fondée par deux enseignantes, avec pour objectif de mettre le plaisir au cœur des apprentissages.

Orémis se distingue par son engagement à aider les élèves présentant des troubles de l'apprentissage tels que la dyslexie, le TDAH, ou l'autisme, et à lutter contre le harcèlement scolaire. L'association développe des programmes éducatifs, organise des événements de sensibilisation et offre des ressources pour promouvoir une éducation inclusive et bienveillante.

## BREF HISTORIQUE

L'histoire d'Orémis débute en 2016, lorsque deux enseignantes passionnées décident de créer une association pour améliorer l'expérience éducative des élèves en difficulté. Dès ses débuts, Orémis se concentre sur l'inclusion et l'accompagnement des élèves avec des troubles de l'apprentissage, tout en menant des actions de prévention contre le harcèlement scolaire.

Lucas Volet est maintenant le dirigeant de l'association. Lucas a rejoint Orémis en tant que bénévole avant de prendre les rênes de l'organisation. Son engagement et sa passion pour l'inclusion et l'éducation inclusive ont été des moteurs essentiels pour le développement de l'association.

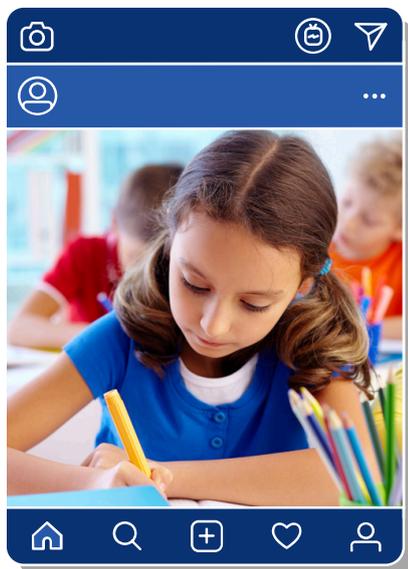
Sous sa direction, Orémis a élargi ses activités, développé des ressources numériques et intensifié ses efforts en ligne, surtout pendant la pandémie de COVID-19.

Aujourd'hui, Orémis est une référence dans le domaine de l'éducation inclusive, avec une reconnaissance nationale pour ses actions. L'association continue de croître et de s'adapter aux besoins des élèves et des enseignants, tout en restant fidèle à sa mission initiale de promouvoir l'inclusion et le bien-être dans les écoles. Orémis collabore également avec plusieurs partenaires pour étendre son réseau et ses ressources, renforçant ainsi son influence et son efficacité.

# OFFRE DE SERVICES

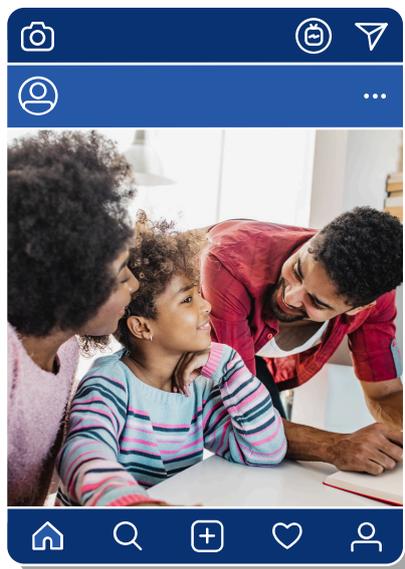
Orémis propose trois services centraux sur son site web pour répondre aux besoins spécifiques des élèves, parents, et professionnels.

## JE SUIS UN ÉLÈVE



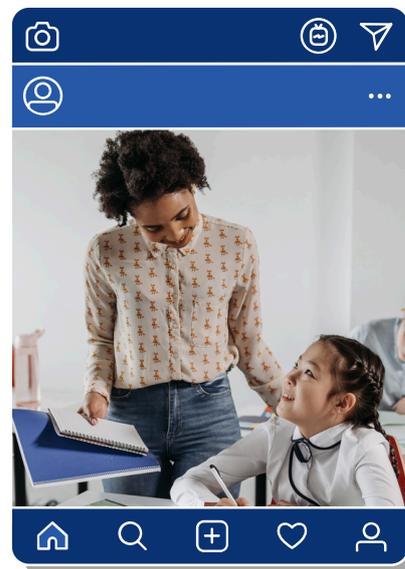
Ce service inclut un dictionnaire des maux (harcèlement moral, physique, sexuel, cyberharcèlement), des tests pour déterminer si l'on est victime ou harceleur, et des ressources pour comprendre le harcèlement. Des outils pour aider un camarade avec des troubles de l'apprentissage, signaler un camarade victime de harcèlement, et des conseils pour offrir un soutien efficace.

## JE SUIS UN PARENT



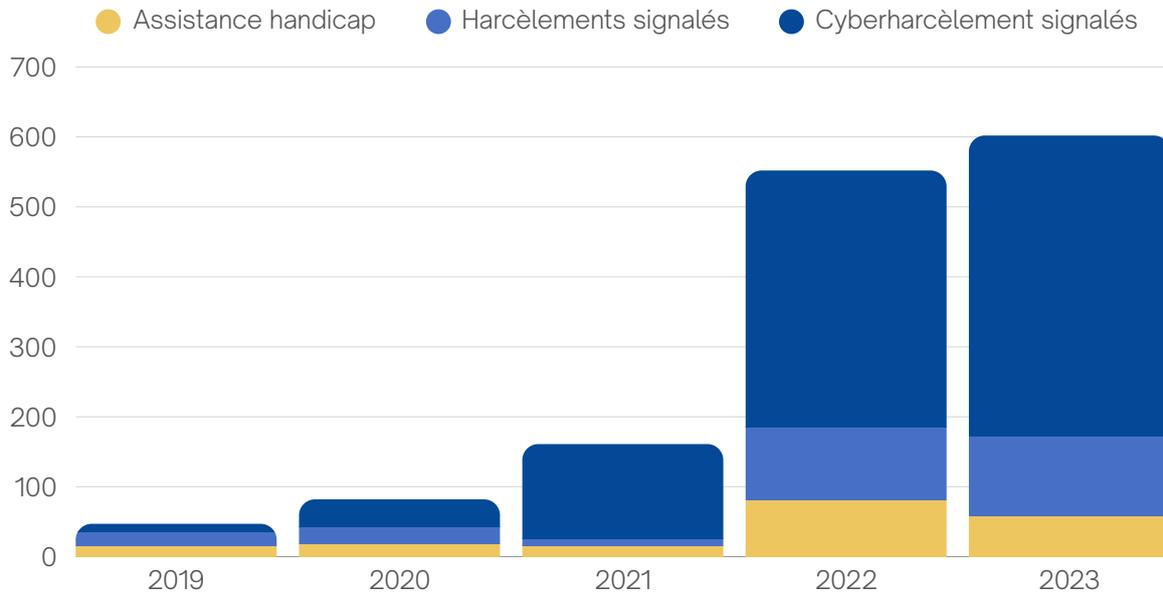
Ce service aide à comprendre les difficultés de l'enfant, avec des informations sur le diagnostic des troubles dys et du TDAH, ainsi que des ressources pour identifier et gérer les troubles d'apprentissage. Des conseils pour comprendre le harcèlement, savoir quoi faire si son enfant est victime, et comment faire un signalement. Ce service inclut aussi des guides pour diagnostiquer et gérer les troubles d'apprentissage.

## JE SUIS UN PRO

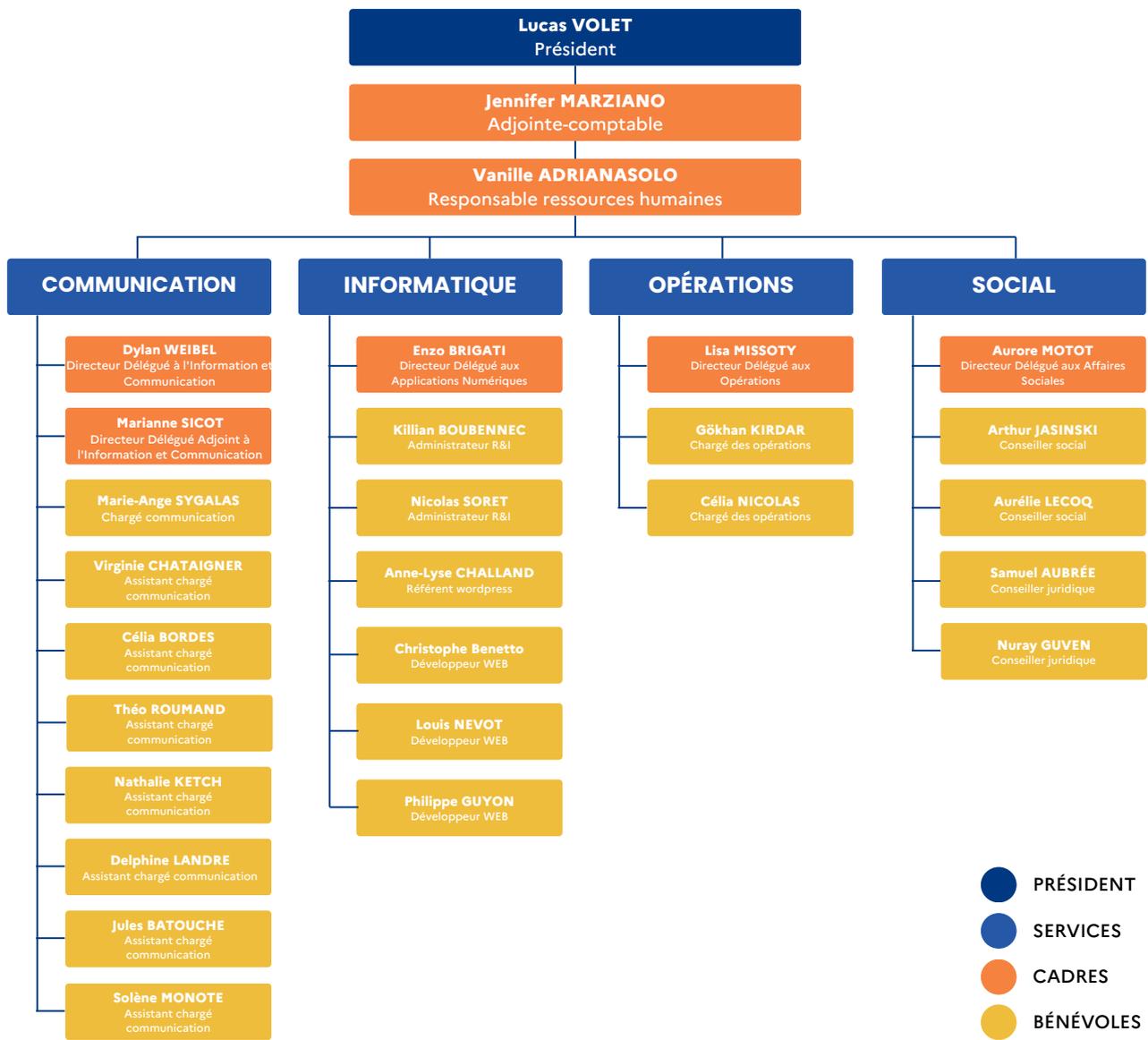


Les professionnels de la santé (médecins, infirmières scolaires) trouveront des conseils pour détecter et agir contre le harcèlement. Dans l'éducation, des ressources sont disponibles pour les chefs d'établissement, enseignants, CPE, AED, inspecteurs, personnels administratifs et du GRETA. Les collectivités, incluant les agents techniques, personnels de cuisine, et laborantins, ont également des outils dédiés.

Orémis mettra en place une plateforme de signalement en septembre 2024, offrant trois méthodes pour signaler un abus : anonymement, non anonymement ou par une tierce personne. De plus, une plateforme d'écoute sera disponible pour fournir un soutien immédiat et signaler les menaces aux autorités appropriées. La première délégation locale d'Orémis a été inaugurée à Salon-de-Provence. Mme Aurore MOTTO, directrice du service social, dirigera cette nouvelle délégation afin de renforcer la présence et l'impact d'Orémis sur le terrain. Avec ces services, Orémis s'engage à créer un environnement éducatif inclusif et sécuritaire pour tous.



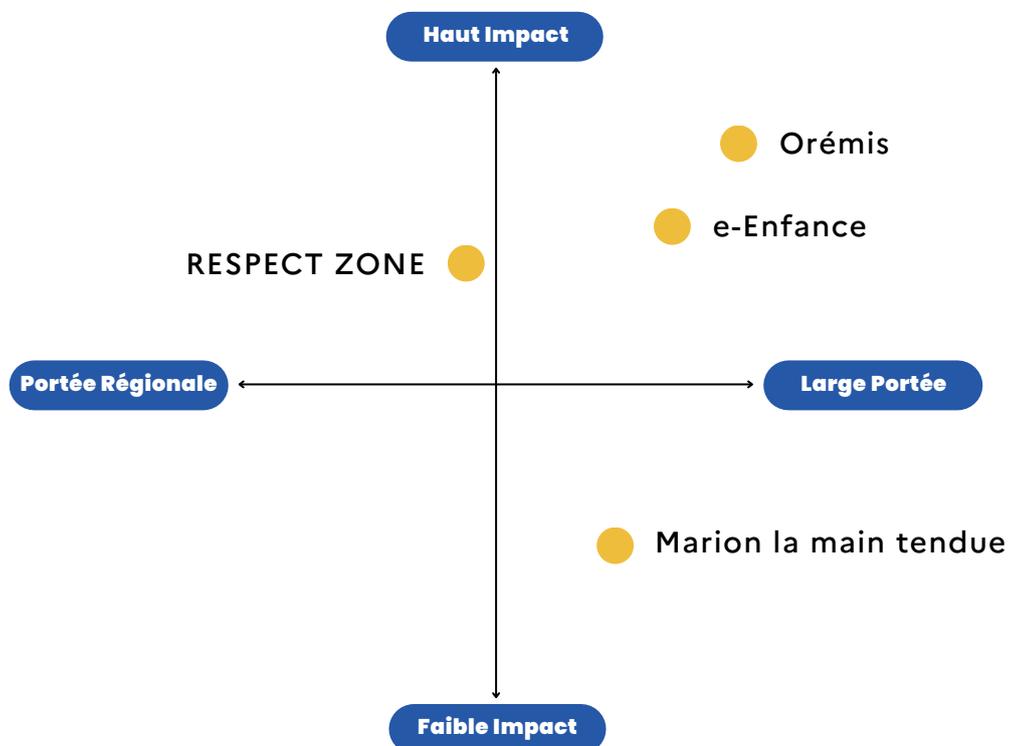
## ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE



# INFORMATIONS SUR LE MARCHÉ

Dans le secteur de la prévention du harcèlement scolaire et de l'inclusion scolaire, plusieurs associations se démarquent par leurs actions et leur impact. Orémis se positionne au sein d'un environnement concurrentiel où la qualité des services offerts, la portée des actions menées et l'innovation sont des facteurs clés de différenciation. Voici un aperçu des principaux concurrents d'Orémis et de leurs services :

Les Concurrents	Leurs services	Points forts	Points faibles
e-Enfance	Sensibilisation en ligne, formations pour parents et enseignants, assistance juridique	Expertise en cyberharcèlement, vaste réseau de partenaires	Principalement orientée vers le numérique
Respect Zone	Actions culturelles et sportives, sensibilisation, formation et intervention en milieu scolaire	Approche innovante par le sport et la culture, impact communautaire	Moins de ressources en soutien direct aux victimes
Marion la main tendue	Soutien aux victimes, prévention, sensibilisation, accompagnement juridique	Approche holistique, soutien familial	Moins d'actions de sensibilisation en ligne



# L'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

L'activité professionnelle qui m'a été confiée par l'association Orémis est la gestion du community management de l'ensemble de l'organisation. Marianne Sicot, la chargée du service communication, a pu me superviser tout en me laissant des libertés, ce qui m'a permis d'acquérir une expérience précieuse. Étant donné que la majorité des membres de l'équipe sont bénévoles, il est primordial d'avoir une organisation rigoureuse pour assurer la continuité des actions de communication. Leur priorité est de fournir des services de qualité aux élèves, parents et professionnels qu'ils accompagnent.

Orémis communique activement sur diverses plateformes, notamment Instagram, Facebook et LinkedIn. Lors de mon stage, on m'a attribué un planning détaillé qui englobe différentes tâches liées au community management. Ces tâches principales comprennent la gestion des réseaux sociaux de l'association, la planification et la publication de contenu, l'interaction avec la communauté en ligne, ainsi que le suivi des indicateurs de performance.

- Gestion du planning éditorial : coordination des publications sur les réseaux sociaux.
- Publication sur Instagram : posts les mardis et jeudis à 13h.
- Publication sur Facebook : posts les lundis et vendredis à 12h.
- Publication sur LinkedIn : posts les mercredis à 10h45.
- Partage en story : événements, actualités culturelles et éducatives.
- Stratégie TikTok : développement de la présence sur TikTok.
- Montage de vidéos : création de contenus vidéo engageants.
- Gestion des partenariats : coordination et recherche de nouveaux partenariats.
- Articles de blog : rédaction et publication régulière.
- Campagne newsletter : développement pour le nouveau site en septembre 2024.

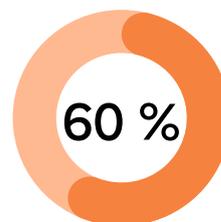
Semaine du : 13/05 AU 19/05

Camille Doranien Convent

	13/05 LUNDI	14/05 MARDI	15/05 MERCREDI	16/05 JEUDI	17/05 VENDREDI
08:00					
09:00	Check mails et discord	Faire les posts de Mai	Finir les posts mai		Répondre mail
10:00			Règlement Alexandra	Réunion 11h MYdys	
11:00	feuille idées de posts	Préparation réunion MYdys	Finir le diapo		Trouver sujets d'AOUT
12:00					
13:00					
14:00		Réunion 14h		Revoir le diapo après réunion	
15:00	revoir le post musée		Call marianne et kilian		faire le post du 14/06/2024
16:00		Diapo réunion		Faire une feuille partenariats	
17:00	revoir le post expérience		Planign édito juillet		
18:00					
19:00					

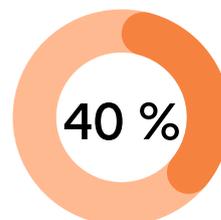
En plus des tâches principales, j'ai également été chargé de certaines tâches secondaires variées qui contribuent au développement de l'association. Ces activités me permettent d'explorer d'autres aspects du marketing numérique et d'élargir mes compétences dans des domaines connexes :

- Redesign des flyers et carte de visite : mise à jour pour les événements.
- Création de supports internes : diaporamas, fiches de poste, dossiers de projet et de formation.
- Création d'emailing : envoi pour la rentrée et suivi de la version 2 du site.
- Gestion de la communauté : suivi des interactions et signalements.
- Analyse des statistiques : suivi des performances et ajustement des stratégies.



Tâches Principales

Soit 21 heures par semaine consacrées aux tâches principales de community management.



Tâches Secondaires

Soit 14 heures par semaine, sont dédiés aux tâches secondaires

# PROJET N°1 : FLYERS

Pour ma première tâche, j'ai eu l'opportunité de recréer trois flyers et la carte de visite de l'association Orémis. Ces supports sont destinés à transmettre les valeurs d'Orémis lors d'événements, et particulièrement pour la première délégation qui a été ouverte le 17 avril 2024. L'objectif était de fournir du matériel visuel attrayant et informatif pour promouvoir les activités et les valeurs de l'association. En réalisant ce travail de redesign, j'ai pu mettre à profit mes compétences en design graphique pour rendre les flyers et la carte de visite plus attrayants et conviviaux. J'ai utilisé des éléments visuels pertinents, une typographie claire et une mise en page bien structurée afin de faciliter la lecture et la compréhension du contenu.



(Exemple d'un ancien flyer de présentation)

## Les Objectifs quantitatifs :

- Redesigner les 3 flyers et la carte de visite de l'association.
- Assurer une mise en page cohérente et attrayante pour chaque support.
- Respecter les délais fixés par Marianne Sicot ma tutrice de stage.

## Les Objectifs qualitatifs :

- Améliorer le visuel des flyers et de la carte de visite pour les rendre plus attractifs.
- Faciliter la lecture et la compréhension du contenu grâce à une mise en page claire et bien structurée.
- Assurer la cohérence du design avec l'image de marque de l'association.

Le déroulement de cette tâche comprenait plusieurs étapes. Tout d'abord, j'ai analysé les supports existants et me suis familiarisé avec les objectifs de communication d'Orémis. Ensuite, j'ai eu des discussions avec Marianne Sicot pour discuter de ses attentes et des modifications souhaitées. Pendant la phase de création, j'ai travaillé sur un concept de design en accord avec l'image de marque, mis en page les contenus en utilisant une typographie et des éléments visuels appropriés. Une fois le design final validé par Marianne, j'ai exporté les flyers et les cartes de visite aux formats nécessaires pour l'impression et la distribution.

Lors de cette tâche, j'ai dû faire face à certaines contraintes, à la fois humaines et matérielles. Du côté humain, j'ai collaboré étroitement avec Marianne Sicot pour comprendre ses attentes et prendre en compte ses retours et suggestions afin d'améliorer les supports. Du point de vue matériel, j'ai utilisé des logiciels de design graphique tels que Adobe Illustrator et Canva pour réaliser le redesign, ainsi que les fichiers sources des supports existants. J'ai également dû respecter les caractéristiques de l'association en termes de charte graphique et de qualité visuelle.

# PROJET N°1 : FLYERS

Le temps nécessaire à l'accomplissement de cette tâche dépendait de la complexité du redesign et de la quantité de contenus à traiter. En moyenne, chaque flyer nécessitait environ 3 heures de travail. Mon rôle principal au cours de cette mission était de prendre en charge le redesign des flyers et de la carte de visite, de la conception initiale au rendu final. J'étais responsable de la création visuelle, de la mise en page et de l'intégration des contenus.

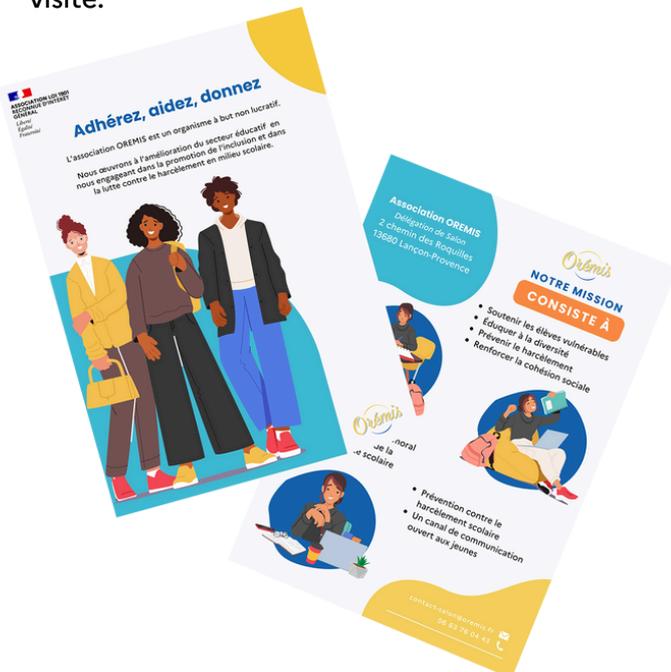
Bien que je n'aie pas suivi de formation spécifique pour cette tâche, j'ai bénéficié d'un briefing de Marianne Sicot pour exécuter ma tâche au mieux. J'ai également acquis de l'expérience grâce à des projets similaires réalisés auparavant dans le cadre scolaire. En termes de méthodes de travail, j'ai principalement utilisé la communication en ligne avec elle pour discuter des attentes, des retours et des éventuelles modifications. J'ai également travaillé de manière autonome en utilisant les logiciels de design graphique pour créer et modifier les flyers et la carte de visite.



(Ancienne carte de visite)



(Nouvelle carte de visite)



(Exemple d'un nouveau flyer de présentation)

En ce qui concerne les ressources utilisées, j'ai principalement utilisé des logiciels de design graphique tels que Adobe Illustrator ou Canva, ainsi que les fichiers sources des ebooks existants. Aucun budget spécifique n'a été alloué pour cette tâche, car les logiciels et les ressources étaient déjà disponibles au sein de l'entreprise.

Les échanges se faisaient principalement sur l'intranet de l'association qui est sur Discord via messages et salons vocaux pour parler de la mise en forme et valider le design des supports.



# PROJET N°2 : ANALYSE MARKETING

Dans ma deuxième tâche, j'ai été chargée de réaliser une analyse marketing complète pour l'association Orémis. Mon objectif principal était d'évaluer et de renforcer la stratégie marketing actuelle de l'association. Il m'a été demandé de revoir certains points clés tels que le benchmark approfondi des concurrents et leurs stratégies de communication, le positionnement de l'association, ainsi que les cibles principales, de cœur et relais pour chaque réseau social et le site web. De plus, j'ai travaillé sur la création de personas pour aider à mieux cibler leur communication sur les réseaux sociaux. Enfin, j'ai pu revoir leur ligne éditoriale, en choisissant les plateformes éditoriales appropriées, et en retravaillant les rubriques, leurs formats et médias.

Le déroulement de cette tâche comprenait plusieurs étapes. Tout d'abord, j'ai effectué une analyse approfondie des concurrents pour comprendre leurs stratégies de communication et identifier les meilleures pratiques. Ensuite, j'ai travaillé sur le positionnement de l'association en identifiant ses forces et ses faiblesses. J'ai aussi défini les cibles principales, de cœur et relais pour chaque réseau social et le site web, en créant des personas détaillés pour chaque cible.

## Benchmark de nos concurrents

Critères	Orémis	Parle, je t'écoute	e-Enfance
<b>Domaine d'intervention</b>	Prévention du harcèlement scolaire et inclusion scolaire	Soutien psychologique par téléphone	Protection des enfants sur internet
<b>Services offerts</b>	Ateliers, soutien des parents et enfants et prévention	Écoute, accompagnement	Sensibilisation, formation, assistance juridique
<b>Public cible</b>	Établissements scolaires, parents, professionnels	Tout public nécessitant une écoute	Enfants, adolescents, parents, enseignants
<b>Rayon d'action</b>	National	National	National

## Les objectifs quantitatifs :

- Identifier et analyser les stratégies de communication de 5 principaux concurrents pour améliorer le positionnement d'Orémis.
- Définir clairement les cibles de l'association pour chaque réseau social et le site web, visant une augmentation de 10% de l'engagement sur les plateformes.
- Création de 6 personas détaillés pour mieux cibler les campagnes de communication.

## Les objectifs qualitatifs :

- Offrir une vision claire et stratégique du positionnement d'Orémis par rapport à ses concurrents.
- Renforcer l'engagement des différentes cibles en proposant du contenu pertinent et adapté.
- Améliorer la cohérence et l'efficacité de la ligne éditoriale à travers des rubriques bien définies.

J'ai également revu la ligne éditoriale de l'association en choisissant les plateformes éditoriales appropriées et en retravaillant les rubriques et leurs formats. Cela comprenait la sélection des types de contenu à publier, la fréquence des publications, et l'utilisation des différents médias pour atteindre les objectifs de communication.

Parmi les contraintes humaines, il y avait la nécessité de collaborer étroitement avec Marianne Sicot pour aligner le contenu et les objectifs, et de respecter les délais fixés pour la réalisation de l'analyse. Les contraintes matérielles étaient liées à l'utilisation d'outils d'analyse marketing et de gestion des réseaux sociaux pour collecter et analyser les données nécessaires.

# PROJET N°2 : ANALYSE MARKETING

Le temps nécessaire à l'accomplissement de cette tâche dépendait de la complexité de l'analyse et du nombre de concurrents à évaluer. En moyenne, la réalisation de l'analyse marketing a prit environ 2 semaines, incluant la collecte de données, l'analyse et la rédaction du rapport final.

Aucune formation spécifique n'a été suivie pour cette tâche, mais j'ai acquis des connaissances en matière d'analyse marketing grâce à des ressources en ligne et aux connaissances acquises en cours.

Mon rôle au cours de cette mission était de gérer l'ensemble du processus d'analyse marketing, depuis la collecte des données jusqu'à la rédaction du rapport final. J'ai travaillé en étroite collaboration avec Marianne Sicot pour comprendre les objectifs et les messages clés, et pour assurer que l'analyse était en ligne avec la stratégie globale de l'association.

Le but était d'uniformiser le marketing au sein de toute l'association, ce qui inclut la création de posts et la compréhension des concurrents ainsi que des cibles spécifiques pour chaque réseau social. Cela permet de faciliter le travail en interne, en fournissant des directives claires et cohérentes à suivre. En outre, nous avons un objectif externe visant à présenter notre association de manière professionnelle et attrayante à nos partenaires potentiels.

Les ressources utilisées dans cette tâche comprenaient des outils d'analyse marketing tels que Google Analytics ou Meta pour la collecte des données et Excel pour le traitement, ainsi que des logiciels de présentation pour la création du rapport final. Aucun budget n'était alloué à cette tâche, car les ressources utilisées étaient principalement des outils disponibles au sein de l'association.





## PROJET N°3 : INSTAGRAM

Parmi les contraintes humaines, il y avait la nécessité de collaborer étroitement avec Marianne Sicot pour aligner le contenu et les objectifs, et de respecter les délais de création et de programmation des posts. Les contraintes matérielles étaient liées à l'utilisation d'outils de design graphique et de gestion des réseaux sociaux pour créer et programmer les publications.

Le temps nécessaire à l'accomplissement de cette tâche dépendait de la complexité de chaque post et de la création des vidéos. En moyenne, la conception et la programmation d'un mois de contenu prenaient environ une semaine de travail. Aucune formation spécifique n'a été suivie pour cette tâche, mais j'ai acquis des connaissances en matière de gestion des réseaux sociaux et de design graphique grâce à des ressources en ligne et aux connaissances acquises en cours.

Mon rôle au cours de cette mission était de gérer l'ensemble du processus de création et de programmation du contenu Instagram. J'ai travaillé en étroite collaboration avec Marianne Sicot et Virginie Chataigner pour comprendre les objectifs et les messages clés, et pour assurer que le contenu était en ligne avec la stratégie globale de l'association.

Les ressources utilisées dans cette tâche comprenaient des logiciels de design graphique tels que Adobe Illustrator et Canva, ainsi que des outils de gestion des réseaux sociaux comme Buffer pour la programmation des posts. Les échanges se faisaient principalement par discord et par des réunions virtuelles pour discuter des objectifs, du contenu et des progrès de la programmation.



Ce projet m'a permis de développer mes compétences en gestion des réseaux sociaux et en design graphique, tout en contribuant à l'amélioration de la communication d'Orémis sur Instagram. En travaillant sur ce projet, j'ai également appris l'importance de la planification éditoriale, de la cohérence visuelle et de la création de contenu engageant pour atteindre les objectifs de communication de l'association. Grâce à ces efforts, nous avons pu augmenter significativement notre engagement et notre portée sur les réseaux sociaux, renforçant ainsi la visibilité et l'impact d'Orémis.

# PROJET N°3 : INSTAGRAM

Voici des exemples des posts que j'ai pu créer comparés à ceux précédemment faits au sein de l'association. Le but était de moderniser le visuel, d'améliorer l'engagement des followers, et de mieux cibler les différentes thématiques pour maximiser l'impact de chaque publication.



Avant

Après

# PROJET N°4 : PARTENARIAT MYDYS

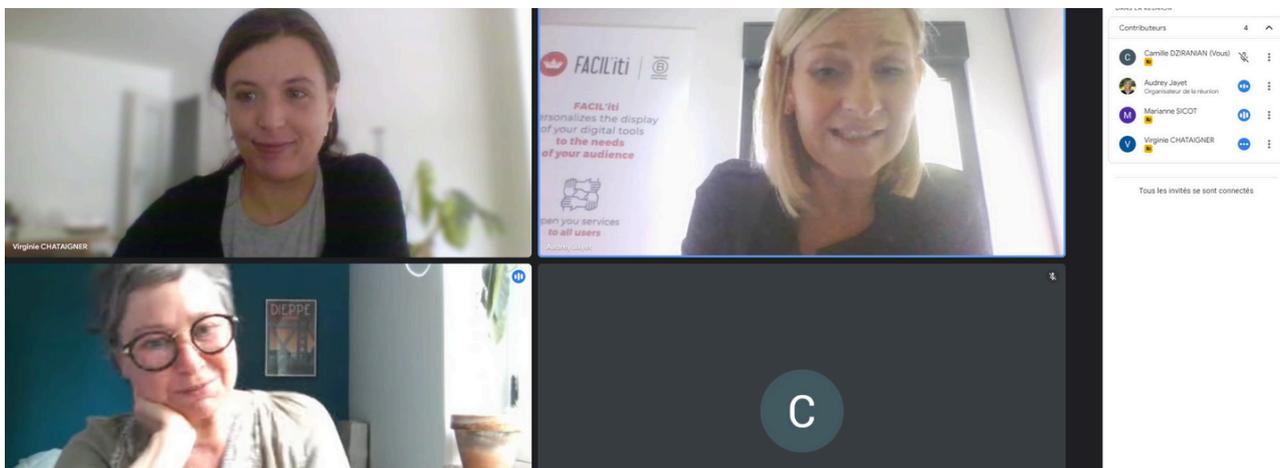
Pour le quatrième projet, j'ai été chargé de trouver un partenariat stratégique pour revitaliser la communication d'Orémis en septembre et créer un mois crucial pour notre communauté. Après des recherches approfondies, j'ai identifié MYdys par Facil'iti. MYdys, développée par Facil'iti, est une application innovante conçue pour accompagner les personnes dyslexiques dans leur quotidien éducatif et professionnel. Elle offre des outils personnalisés pour améliorer la lecture et la compréhension des textes, facilitant ainsi l'accès à l'information et l'autonomie des utilisateurs. L'application se distingue par ses fonctionnalités adaptatives, permettant de modifier l'affichage des textes selon les besoins spécifiques de chaque utilisateur. En collaboration avec Audrey Jayet, Communication & CSR manager chez Facil'iti, nous avons mis en place un partenariat pour offrir des abonnements, dans le but de renforcer notre engagement et d'améliorer notre visibilité.

## Les objectifs quantitatifs :

- Mettre en place 1 partenariat stratégique avec une organisation qui correspond aux valeurs d'Orémis afin de revitaliser notre communication.
- Créer l'ensemble des 7 publications (post et stories) du concours et les planifier pour la rentrée de septembre 2024.

## Les objectifs qualitatifs :

- Renforcer l'image de marque d'Orémis en s'associant avec MYdys, une entreprise innovante dans le domaine de l'éducation inclusive.
- Encourager l'interaction et l'engagement de notre public grâce au concours.
- Contribuer à améliorer le quotidien des personnes dyslexiques en leur offrant des outils de soutien.



Le déroulement de cette tâche comprenait plusieurs étapes. Tout d'abord, j'ai recherché et identifié des partenaires potentiels alignés avec les valeurs et la mission d'Orémis. Après avoir identifié MYdys, j'ai pris contact avec Audrey Jayet pour discuter des possibilités de partenariat. Nous avons convenu d'offrir les prix suivants :

- Premier prix : un abonnement Premium à MYdys pour un an.
- Deuxième et troisième prix : six mois d'abonnement Premium à MYdys pour deux gagnants.

En collaboration avec Audrey, nous avons élaboré les détails du concours, y compris les dates, les règles de participation et les méthodes de promotion sous la forme d'un dossier de projet.

## PROJET N°4 : PARTENARIAT MYDYS

Les contraintes humaines comprenaient la nécessité de coordonner avec l'équipe de MYdys pour finaliser les détails du partenariat et s'assurer que toutes les parties étaient alignées sur les objectifs et les attentes. Il a également fallu organiser des réunions et des discussions pour valider les étapes du concours.

Les contraintes matérielles étaient liées à l'utilisation d'outils de gestion de projet et de communication pour planifier et organiser le concours. J'ai utilisé des logiciels de design graphique pour créer les visuels du concours, ainsi que des plateformes de gestion des réseaux sociaux pour programmer et promouvoir les publications.

Le temps nécessaire à l'accomplissement de cette tâche variait en fonction de la complexité des étapes et des échanges nécessaires avec l'équipe de MYdys. En moyenne, la planification et la mise en place du concours ont pris environ trois semaines, incluant la création des visuels, la rédaction des règles du concours et la programmation des publications.

Mon rôle au cours de cette mission était de gérer l'ensemble du processus de création et de mise en place du concours. J'ai travaillé en étroite collaboration avec Audrey Jayet pour comprendre les objectifs et les messages clés, et pour assurer que le contenu du concours était aligné avec la stratégie globale de l'association. J'ai également collaboré avec Virginie sur toute la mécanique du concours, et avec Alexandra Challand du service social pour mettre en place le jeu concours de manière conforme aux réglementations juridiques et RGPD. Cette collaboration m'a permis d'acquérir une vision globale du projet, en intégrant les aspects communicationnels, techniques et juridiques.

Les ressources utilisées dans cette tâche comprenaient des logiciels de conception graphique tels que Photoshop et Canva pour la création des visuels du concours, ainsi que des outils de gestion de projet comme Trello pour organiser et suivre les étapes du concours. J'ai également utilisé des plateformes de gestion des réseaux sociaux pour programmer et promouvoir les publications liées au concours. Aucun budget spécifique n'était alloué à cette tâche, car les outils et les ressources utilisés étaient principalement disponibles au sein de l'association ou gratuits.



(Story de lancement)

# PROJET N°5 : NEWSLETTER

Dans ma cinquième tâche, en prévision de la mise en place de la V2 du site d'Orémis en septembre 2024, le service informatique a décidé de lancer une newsletter pour mieux communiquer avec notre communauté. J'ai été chargé de préparer les newsletters du mois de septembre, qui seront envoyées tous les dimanches à 10h ainsi que les pop-up d'inscription. Ces newsletters seront soigneusement segmentées pour cibler spécifiquement les élèves, les parents et les professionnels. L'objectif principal était de fournir un contenu pertinent et engageant qui répond aux besoins et aux intérêts de chaque segment, tout en renforçant notre présence et notre engagement envers notre communauté.

Les étapes de cette tâche comprenaient plusieurs phases. Tout d'abord, j'ai planifié le contenu des newsletters en fonction des différents segments cibles (élèves, parents, et professionnels). J'ai ensuite rédigé et conçu les newsletters, en veillant à inclure des conseils, des astuces, et des informations pertinentes pour chaque groupe cible. La configuration des automatisations et la création du formulaire d'inscription sur le site ont également été des étapes cruciales.

Pendant la phase de création, j'ai utilisé des éléments visuels attrayants et une mise en page claire pour faciliter la lecture et l'engagement. J'ai intégré des appels à l'action (CTA) pour encourager les abonnés à interagir avec le contenu et à explorer davantage les services proposés par Orémis.

Les contraintes matérielles étaient liées à l'utilisation d'outils d'email marketing tels que MailerLite pour la création et l'automatisation des campagnes. J'ai également utilisé des logiciels de conception graphique comme Adobe Photoshop pour créer des visuels attrayants.

## Les objectifs quantitatifs :

- Entrez les 57 contacts déjà établis dans MailerLite pour de futures campagnes.
- Créez 4 newsletters programmables avant le lancement de la V2 du site.
- Créez les pop-ups formulaire pour l'inscription des futurs abonnés sur le site.

## Les objectifs qualitatifs :

- Offrir un contenu de valeur aux lecteurs pour les fidéliser.
- Renforcer l'engagement des abonnés envers l'association.
- Inciter les lecteurs à continuer à interagir avec nos offres et services.



## Bonjour

Nous sommes ravis de te présenter notre toute nouvelle newsletter d'Orémis !

Pourquoi t'inscrire ? Voici quelques avantages :

- Des articles exclusifs sur l'inclusion, la santé mentale, et l'éducation.
- Des vidéos inspirantes et des témoignages de nos membres.
- Des infos sur nos événements et ateliers à venir.
- Des opportunités de bénévolat et de collaboration.

Rejoins notre communauté et reste informé des dernières nouvelles et initiatives d'Orémis. Ensemble, faisons une différence !

Rejoins-nous dès maintenant !

Merci de faire partie de notre aventure.

À très bientôt, L'équipe Orémis

Association Orémis  
[www.oremis.fr](http://www.oremis.fr)  
2 chemin des Roquilles..  
13680 Lançon-Provence  
France



Tu as reçu cet e-mail parce que tu t'es inscrit sur notre site Web ou via notre linktree.

[Se désabonner](#)

(Exemple d'une ancienne newsletter)



# PROJET N°5 : NEWSLETTER



(Exemple d'une nouvelle newsletter)

Le temps nécessaire à l'accomplissement de cette tâche dépendait du nombre de newsletters à créer, de la complexité du contenu et de la coordination avec l'équipe de communication. En moyenne, la création d'une newsletter hebdomadaire prenait environ une demi-journée de travail, incluant la rédaction, la conception visuelle, et la configuration des automatisations. La planification et la programmation de l'ensemble des newsletters pour le mois de septembre ont pris environ une semaine.

Aucune formation spécifique n'a été suivie pour cette tâche, mais j'ai acquis des compétences en email marketing et en copywriting grâce à des ressources en ligne et aux connaissances acquises en cours.

Mon rôle principal au cours de cette mission était de gérer l'ensemble du processus de création des newsletters, de la rédaction et la conception des emails jusqu'à la configuration des automatisations et le suivi des résultats. J'ai travaillé en étroite collaboration avec Marianne Sicot, responsable du service communication, pour comprendre les objectifs et les messages clés. Cette collaboration m'a permis d'aligner le contenu des newsletters avec la stratégie globale de l'association.

Les ressources utilisées dans cette tâche comprenaient des outils d'email marketing tels que MailerLite pour la création et l'automatisation des emails, ainsi que des logiciels de conception graphique comme Adobe Photoshop pour la création des visuels. Aucun budget spécifique n'était alloué à cette tâche, car les outils et les ressources utilisés étaient principalement disponibles au sein de l'association.



# LES RÉSULTATS OBTENUS

## Projet n°1 : Flyers

Voir l'annexe 25

Les résultats obtenus dans la tâche de redesign des 3 flyers de présentation et de la carte de visite ont été atteints. J'ai réussi à créer une mise en page cohérente et attrayante pour chaque flyers, en respectant les délais fixés par Marianne Sicot, ma tutrice de stage. L'esthétique visuelle des flyers et de la carte de visite a été améliorée, les rendant ainsi plus attractifs pour notre cible. La mise en page claire et bien structurée a facilité la lecture et la compréhension du contenu. De plus, le design a été harmonisé avec l'image de marque de l'entreprise, assurant ainsi une cohérence globale.

## Projet n°2 : Marketing

Voir l'annexe 26

J'ai analysé les stratégies de communication de nos concurrents et défini nos cibles pour chaque plateforme. Sur Instagram, nous avons atteint une hausse de 10.67% de l'engagement, dépassant notre objectif de 5%. Sur Facebook, l'engagement a augmenté de 2%, ce qui est positif mais en deçà de nos attentes. Les personas détaillés que j'ai créés ont aidé à clarifier notre positionnement et à renforcer la cohérence de notre contenu.

## Projet n°3 : Instagram

Voir l'annexe 27

En analysant les statistiques, il est évident que les objectifs quantitatifs ont été atteints, voire dépassés. En effet, le nombre de followers a augmenté de 71, surpassant ainsi l'objectif initial de 50 abonnés. De plus, les interactions avec les publications ont montré une hausse de 5,5%, indiquant une augmentation de l'engagement de la communauté.

Concernant la portée des publications, nous sommes passés de 1336 en avril à 1501 en mai, soit une augmentation de 12,3%, dépassant ainsi l'objectif initial de 5%.

Pour les objectifs qualitatifs, les efforts de création de contenu engageant et pertinent ont porté leurs fruits, comme en témoignent les meilleures publications et les interactions générées. La cohérence visuelle des publications a également été améliorée, contribuant ainsi à renforcer l'image de marque d'Orémis. En conclusion, le projet Instagram a atteint et même surpassé certains des objectifs fixés, démontrant ainsi l'efficacité des stratégies mises en place.

## Projet n°4 : Partenariat MYdys

Voir l'annexe 29

J'ai établi un partenariat stratégique avec MYdys, aligné avec les valeurs d'Orémis, qui vise à revitaliser notre communication pour la rentrée de septembre 2024. J'ai déjà préparé et planifié les 7 publications nécessaires pour le concours. Qualitativement, ce partenariat renforce l'image de marque d'Orémis et encourage l'interaction de notre public, tout en soutenant les personnes dyslexiques avec des outils adaptés. Bien que l'impact précis de ces actions ne puisse pas encore être mesuré, car le concours se déroulera en septembre, je continuerai à suivre les résultats en tant que bénévole, ce qui me permettra d'ajuster nos stratégies si nécessaire.

## Projet n°5 : Newsletter

Voir l'annexe 30

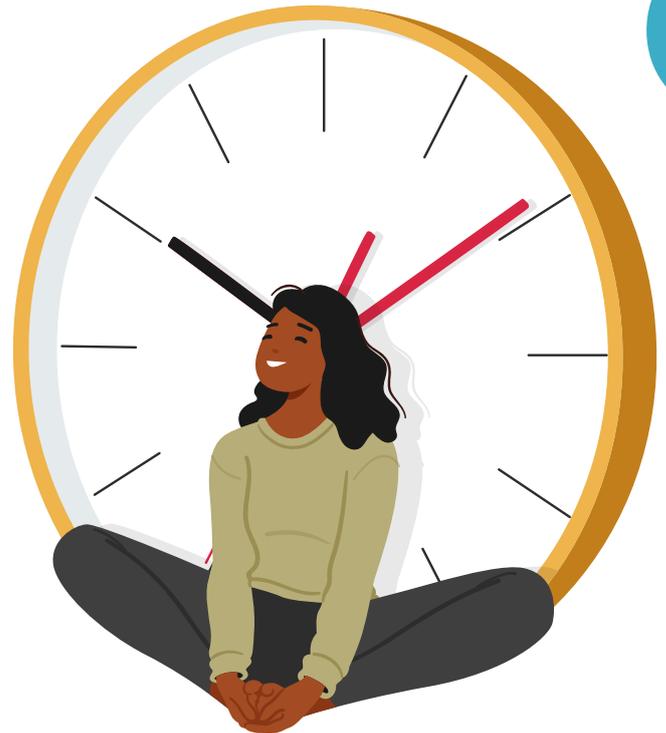
Pour le projet de la newsletter, j'ai réussi à intégrer les 57 contacts déjà établis dans MailerLite, préparant le terrain pour les futures campagnes. J'ai également créé quatre newsletters programmables, alignées avec le lancement prochain de la V2 de notre site. En plus, les pop-ups formulaire pour l'inscription des nouveaux abonnés ont été mis en place efficacement, simplifiant le processus d'abonnement. Au niveau qualitatif, le contenu des newsletters a été conçu pour offrir de la valeur et fidéliser nos futurs lecteurs.

# L'ANALYSE DE L'EXPÉRIENCE

L'expérience de stage chez Orémis m'a permis de développer et de mettre en pratique un large éventail de compétences. Sur le plan du savoir-faire, j'ai acquis des compétences techniques telles que la conception graphique, la création de contenu, la gestion de communauté et l'analyse marketing. J'ai également pu appliquer mes connaissances théoriques en marketing digital, en création de campagnes d'emailing, et en gestion de projet. De plus, j'ai eu l'opportunité de travailler sur des projets concrets et impactants, ce qui m'a permis de voir directement l'effet de mes contributions.

En termes de connaissances, j'ai approfondi ma compréhension des différentes plateformes et outils utilisés dans le domaine du marketing en ligne, tels que Canva, MailerLite, et les divers réseaux sociaux. J'ai également enrichi ma compréhension des stratégies de communication et de promotion en ligne, ainsi que des meilleures pratiques en matière de création de contenu et de gestion de communauté.

Concernant les aptitudes nécessaires, j'ai renforcé mon sens de l'organisation, ma capacité à gérer plusieurs tâches simultanément et à respecter des délais serrés. J'ai aussi amélioré mes compétences en communication, tant à l'écrit qu'à l'oral, en interagissant avec Marianne Sicot et en établissant des relations avec les membres de la communauté. De plus, j'ai développé mes compétences en résolution de problèmes. En rencontrant des obstacles et des défis tout au long du stage, j'ai appris à analyser les situations, à identifier les problèmes et à trouver des solutions appropriées. J'ai également appris à prendre en compte différents points de vue pour trouver les meilleures approches.



Au cours de mon stage, j'ai rencontré certaines difficultés, notamment dans la gestion du temps et la priorisation des tâches. Pour y remédier, j'ai mis en place des techniques de planification et d'organisation, telles que la création de listes de tâches et l'utilisation d'outils de gestion de projet comme Trello. J'ai également communiqué régulièrement avec ma tutrice pour obtenir des conseils et des orientations sur la meilleure façon de gérer ces difficultés.

Dans l'ensemble, cette expérience de stage m'a permis d'acquérir des compétences pratiques et de mettre en pratique mes connaissances théoriques dans un environnement professionnel réel. J'ai également développé des aptitudes essentielles pour réussir dans le domaine du marketing en ligne. Les difficultés rencontrées m'ont permis de renforcer ma résilience et ma capacité à trouver des solutions créatives. Cette expérience a été extrêmement enrichissante et m'a préparé à relever de futurs défis dans ma carrière professionnelle.



## MON BILAN PERSONNEL

En faisant un bilan personnel de mon stage chez Orémis, j'ai identifié mes points forts ainsi que mes axes d'amélioration.

Parmi mes points forts, je peux mentionner ma capacité à m'adapter rapidement aux nouvelles situations et à apprendre rapidement. J'ai été capable de prendre en charge des tâches variées et de les accomplir avec efficacité. Ma créativité et ma capacité à proposer des idées innovantes ont également été des atouts lors de la réalisation de certains projets.

Cependant, j'ai également identifié certains axes d'amélioration. J'ai constaté qu'il était important de développer ma gestion du stress et ma capacité à gérer les priorités lors de situations de travail intense. J'ai également réalisé que je pourrais améliorer mes compétences en gestion du temps pour optimiser ma productivité.

En ce qui concerne mes préférences, j'ai particulièrement apprécié la diversité des tâches qui m'ont été confiées. Cela m'a permis de développer une polyvalence et une ouverture d'esprit dans mon approche du travail. J'ai également apprécié l'opportunité de travailler en équipe et de collaborer avec des professionnels passionnés et expérimentés.

Quant aux aspects moins plaisants du stage, j'ai parfois été confrontée à des délais serrés et à des situations de stress, ce qui a exigé une bonne gestion de ma part. De plus, certaines tâches répétitives ou plus administratives ont pu être moins stimulantes sur le plan créatif.

Si ce stage était à refaire, j'aimerais consacrer plus de temps à développer mes compétences spécifiques dans certains domaines, tels que l'analyse de données ou la gestion de projet. J'apprécierais également l'opportunité d'approfondir mes connaissances dans le domaine du marketing numérique en suivant des formations complémentaires. Enfin, je chercherais à renforcer davantage mes compétences en communication et en leadership pour être encore plus efficace dans la réalisation de mes tâches.

---

## CONCLUSION

En conclusion, le stage au sein de l'association Orémis a été une expérience enrichissante et gratifiante. J'ai pu me familiariser avec diverses tâches liées au développement de l'association et j'ai réussi à accomplir les projets qui m'ont été confiés, tout en apportant de nouvelles idées.

Pendant cette période, j'ai développé mes compétences en matière de community management, en apprenant à créer du contenu engageant, à interagir avec les abonnés, à suivre les tendances et à promouvoir les missions de l'association de manière efficace. J'ai également eu l'opportunité de mettre en pratique mes connaissances en marketing digital, en utilisant des stratégies telles que l'utilisation de hashtags pertinents, la gestion des commentaires et la mesure des performances.

Au cours de ces mois passés au sein de l'association, j'ai également pu grandir sur le plan professionnel en acquérant de nouvelles compétences, notamment en web design, en marketing digital et en gestion de projets. J'ai également pu développer mes aptitudes en communication, en travail d'équipe et en gestion du temps.

Je suis reconnaissante d'avoir eu l'opportunité de travailler avec des professionnels dévoués comme Marianne Sicot et Lucas Volet. Leur soutien et leur confiance ont été essentiels dans ma réussite.

Cette expérience m'a également ouvert les yeux sur le domaine de l'inclusion et du soutien aux élèves avec des troubles de l'apprentissage, et j'espère pouvoir continuer à évoluer dans ce secteur à l'avenir. Je suis enthousiaste à l'idée de poursuivre ma carrière dans le domaine du community management et de contribuer à des projets ayant un impact social positif.

En conclusion, ce stage m'a permis de développer mes compétences, d'acquérir de nouvelles connaissances et de vivre une expérience professionnelle positive. Je suis reconnaissante envers l'association Orémis pour cette opportunité et je suis confiante que cette expérience me servira dans mes futurs projets.

---



# LES ANNEXES

# PROJET N°1 : FLYERS

- Captures d'écran de la mise en page cohérente et attrayante d'un flyer.

Avant



Après



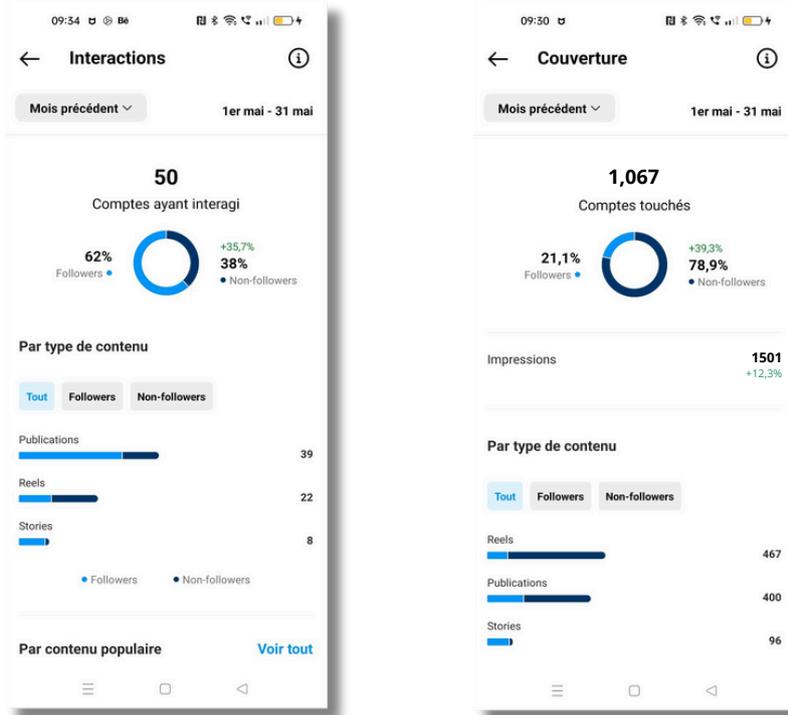
# PROJET N°2 : ANALYSE MARKETING

- Résumé des performances des réseaux sociaux suite à l'analyse marketing approfondie de l'association Orémis

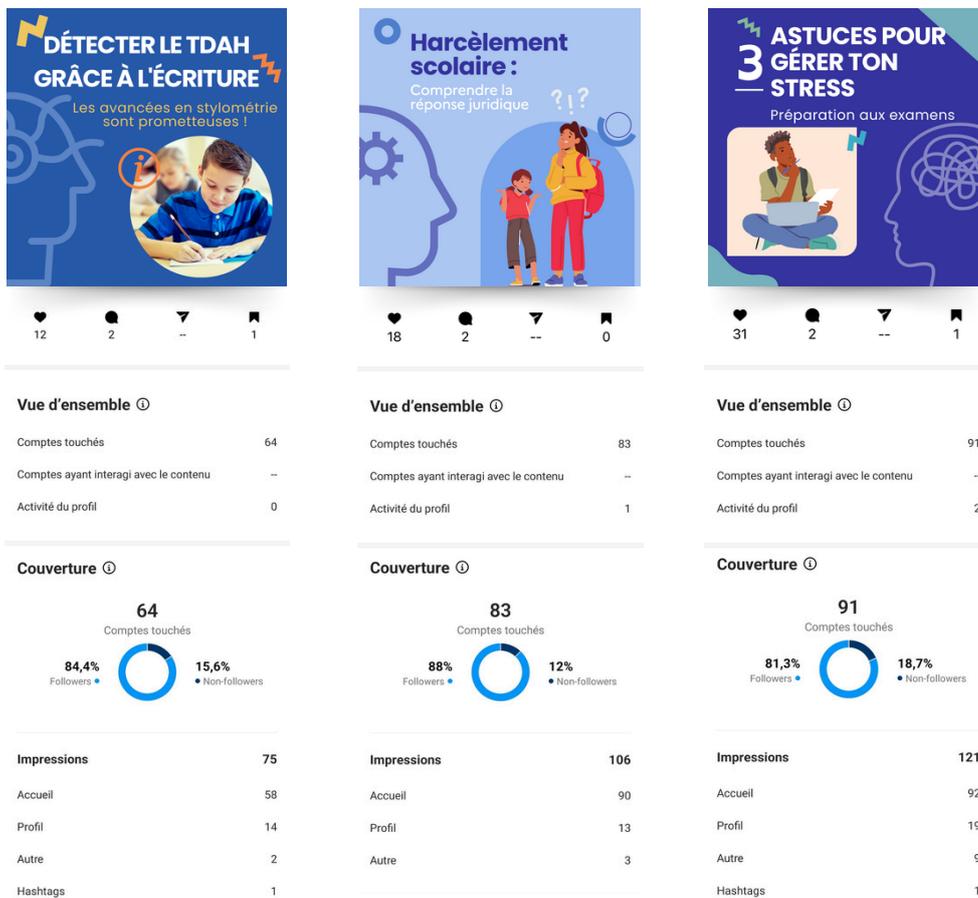
Plateforme	Métrique	Avril 2024	Mai 2024	Variation	Objectif quantitatif	Objectif qualitatif	Résultat
Instagram	Abonnés	112	183	+71	Gagner 50 abonnés	Améliorer l'image de marque et l'engagement de l'audience	Dépassé
	Impressions	1,336	1,501	+165	Accroître les impressions de 3%	Améliorer la visibilité des posts	Objectif atteint
	Portée des posts	905	1,067	+162	Augmenter la portée des publications de 5%	Augmenter l'interaction avec les posts	Objectif atteint
	Likes	97	131	+34	-	Dynamiser les posts via la création de vidéos	Amélioration notable
	Commentaires	5	11	+6	-	Créer du contenu engageant et pertinent	Amélioration constatée
Facebook	Abonnés	-11	-2	+9	-	Améliorer la gestion de la communauté	Amélioration de la stabilité
	Impressions	1,436	1,449	+13	-	Améliorer la cohérence visuelle des publications	Légère augmentation
	Portée des posts	983	1,149	+166	Augmenter l'engagement de 5%	Renforcer l'image de marque d'Orémis	Hausse, mais sous l'objectif
	Likes	32	34	+2	-	-	Légère hausse
	Commentaires	0	1	+1	-	-	Légère hausse

# PROJET N°3 : INSTAGRAM

- Statistiques de croissance du compte Instagram.



- Statistiques des posts du mois de mai.

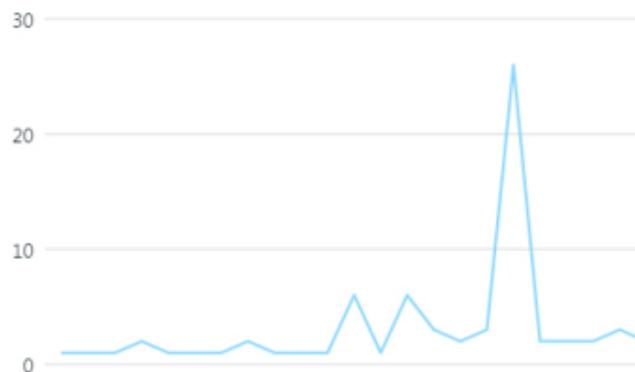


# PROJET N°3 : INSTAGRAM

- Croissance du nombre de followers sur Instagram du 1er mai au 31 mai.

Followers sur Instagram ⓘ

71 ↑ 57,8%



- Statistiques global du compte Instagram du 1er mai au 31 mai.

Posts

10 ↗12%

Impressions

1501 ↗12,3%

Reach

1.067 ↗5,5%

Likes

131 ↘4%

Comments

17 ↗10%

Engagement Rate

9.43 % ↗4%

- Visites du profil instagram du 1er mai au 31 mai.

Visites du profil Instagram ⓘ

228 ↑ 17,5%



# PROJET N°4 : PARTENARIAT MYDYS

- Post carrousel du jeu-concours en partenariat avec MYdys planifié pour le rentrée de septembre 2024



- Dossier de projet entre MYdys et Orémis avec le concours, la mécanique, le règlement juridique, la sélection des gagnants, la promotion du concours et le suivi après le concours.

### La mécanique

Comment participer ?

- Suivre les comptes**  
Les participants doivent suivre le compte (@oremis\_asso) et celui de MYDYS (@facil\_iti).
- Aimer le post du concours**  
Les participants doivent aimer le post ainsi que les deux comptes.
- Partage en Story**  
Offre une chance de gagner si les participants partagent le concours dans leur Story et taguent les deux comptes.
- Laissier un commentaire**  
Encourage les participants à exprimer leurs pensées sur MYDYS en faisant un commentaire. Ils peuvent partager en qu'ils pensent de MYDYS, à qui cet abonnement pourrait servir, ou même créer un jeu de mots amusant lié à MYDYS.

### Le concours

Lisez, comprenez, gagnez avec MYdys x Orémis !

- Format**  
Un post Instagram carrousel en collaboration.
- Durée du concours**  
Du lundi 23 septembre 2024 au dimanche 29 septembre 2024.
- Pourquoi cette date ?**  
Cette période est idéale car elle coïncide avec le retour des élèves dans les salles de classe, un moment où les parents et les étudiants sont particulièrement à la recherche d'outils pour faciliter l'apprentissage et les devoirs. C'est également une période où l'engagement sur les réseaux sociaux est élevé, permettant de maximiser la participation au concours.

### Promotion du concours

Date	Objectif	Contenu
Lundi 23 septembre 2024	Poste de lancement	Publier le premier post du concours sur Instagram et Facebook, avec un visuel accrocheur et un texte engageant.
Mardi 24 septembre 2024	Partage en Story	Partager le concours sur les stories Instagram et Facebook, avec un visuel engageant et un texte encourageant.
Vendredi 27 septembre 2024	Story avec compte à rebours	Créer une story Instagram et Facebook avec un compte à rebours pour annoncer la fin du concours.
Lundi 29 septembre 2024	Publication des gagnants	Publier les gagnants du concours sur Instagram et Facebook, avec un visuel engageant et un texte félicitant.
Mardi 30 septembre 2024	Post de remerciement	Publier un post de remerciement sur Instagram et Facebook, avec un visuel engageant et un texte remerciant.
Mercredi 1er octobre 2024	Story avec compte à rebours	Créer une story Instagram et Facebook avec un compte à rebours pour annoncer le début du concours.
Vendredi 3 septembre 2024	Story avec compte à rebours	Créer une story Instagram et Facebook avec un compte à rebours pour annoncer le début du concours.
Samedi 4 septembre 2024	Story avec compte à rebours	Créer une story Instagram et Facebook avec un compte à rebours pour annoncer le début du concours.
Dimanche 5 septembre 2024	Story avec compte à rebours	Créer une story Instagram et Facebook avec un compte à rebours pour annoncer le début du concours.

# PROJET N°5 : NEWSLETTER

- Capture d'écran du formulaire pop-up qui sera utilisé pour collecter les informations sur la V2 du site web créer sur Mailerlite.

REJOINS LA FAMILLE ORÉMIS !

## Découvre nos actions et engage-toi !

Inscris-toi et reçois des conseils exclusifs pour soutenir ceux qui en ont le plus besoin.

Nom de famille

Prénom

Email

Je suis...

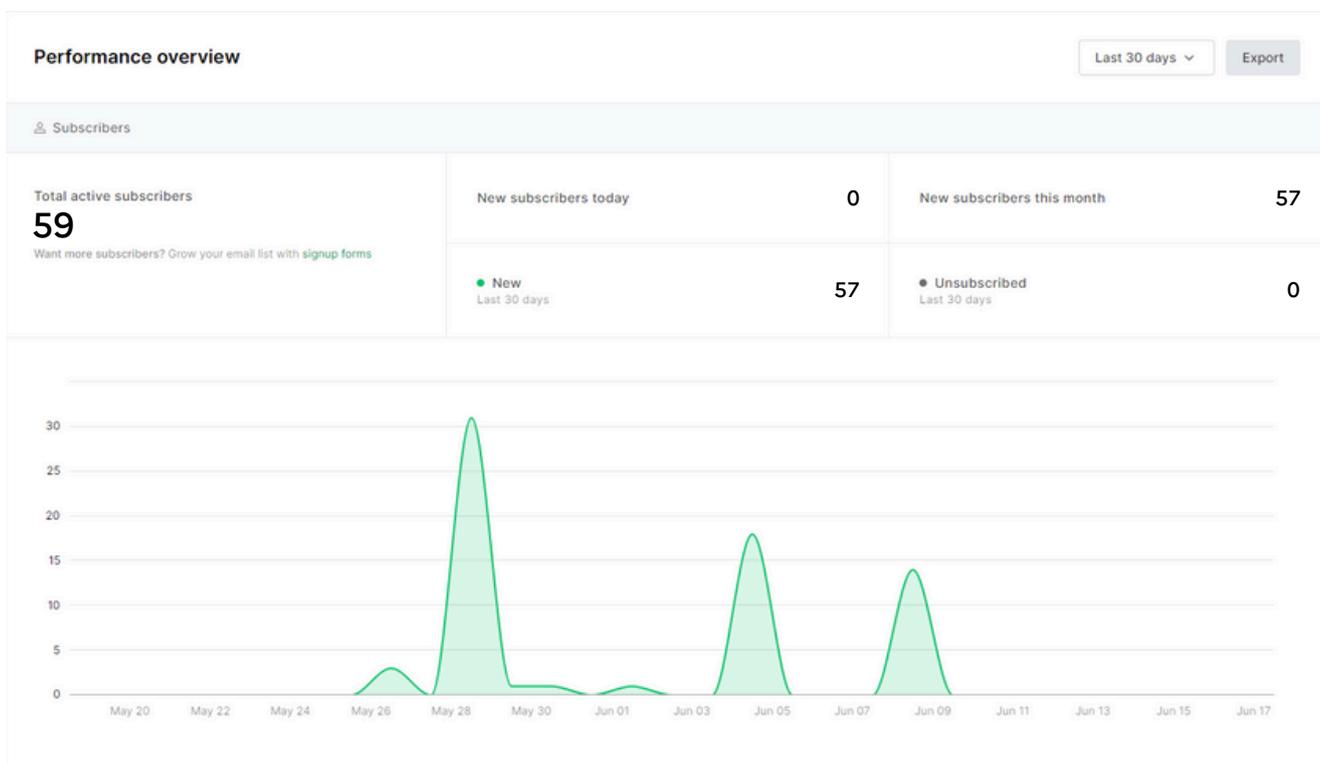
Un élève

Souscrire à notre newsletter

Instagram Facebook YouTube



- Saisie des contacts existant sur Mailletlite.



# ANNEXE : ÉVALUATION TUTRICE

## Evaluation professionnelle par le tuteur

Nom et prénom de l'étudiant : Dzirianian Camille

Formation : MyDigitalSchool Lyon

Nom et prénom du tuteur : Sicot Marianne

Entreprise : Association Orémis

Service : Communication

	Insatisfaisant	A travailler	Satisfaisant	Très satisfaisant	Total
<b>SAVOIR-FAIRE</b>					
Compréhension des attendus	0	0,75	1,5	2	2/2
Qualité du travail réalisé	0	0,75	1,5	2	2/2
Aptitude à s'organiser	0	0,75	1,5	2	2/2
Aptitude à gérer son temps	0	0,75	1,5	2	2/2
Aptitude à intégrer des contraintes	0	0,25	0,5	1	1/1
Maîtrise de l'écrit	0	0,25	0,5	1	1/1
<b>TOTAL 10 / 10</b>					
<b>SAVOIR-ÊTRE</b>					
Tenue, présentation	0	0,25	0,5	1	/1
Ponctualité	0	0,25	0,5	1	1/1
Assiduité	0	0,25	0,5	1	1/1
Respect de la hiérarchie	0	0,25	0,5	1	1/1
Capacité à travailler en équipe	0	0,25	0,5	1	1/1
Adaptabilité à la culture d'entreprise	0	0,25	0,5	1	1/1
Dynamisme	0	0,25	0,5	1	1/1
Ténacité	0	0,25	0,5	1	1/1
Curiosité	0	0,75	1,5	2	2/2
<b>TOTAL 10 / 10</b>					
				<b>Note :</b>	<b>20 / 20</b>

# ANNEXE : ÉVALUATION TUTRICE

Évaluation de fin de stage - Camille D.

Période de stage : 2 mai 2024 au 7 juillet 2024

Service : Communication

Association : Orémis

## Évaluation globale :

Camille a effectué un stage remarquable au sein du service communication d'Orémis. Son travail a toujours été satisfaisant, voire excellent, sur tous les points. Elle a démontré une compréhension fine des attendus, une grande qualité de travail, une excellente capacité à s'organiser et à gérer son temps, même dans le cadre d'un stage réalisé à 100% en télétravail. De plus, elle maîtrise parfaitement l'écriture et a fait preuve d'un savoir-être irréprochable tout au long de son stage.

## Points forts :

- Compréhension des consignes : Camille a toujours su saisir les objectifs des missions qui lui ont été confiées et les a accomplies avec précision.
- Qualité du travail : Le travail de Camille est toujours soigné, méticuleux et irréprochable. Elle a le souci du détail et s'assure toujours que ses productions répondent aux attentes.
- Autonomie et organisation : Camille est une stagiaire très autonome qui sait s'organiser et gérer son temps de manière efficace. Elle a su prendre en charge plusieurs projets en parallèle et respecter les délais impartis.
- Adaptabilité : Camille a rapidement pris ses marques dans un environnement de travail en télétravail et a su s'adapter aux contraintes que cela implique.
- Maîtrise de l'écrit : Camille a une excellente plume et sait rédiger des textes clairs, concis et percutants.
- Savoir-être : Camille est une personne très agréable, disponible. Elle s'intègre facilement et sait travailler en équipe. Elle est également très dynamique et volontaire.

## Axes d'amélioration: RAS

## Remarques générales :

Camille est une stagiaire exceptionnelle que nous avons beaucoup appréciée au sein du service communication d'Orémis. Elle a fait preuve de grandes qualités professionnelles et humaines et a contribué de manière significative à nos projets. Nous sommes convaincus qu'elle a un avenir brillant devant elle et nous la recommandons vivement pour de futures missions.

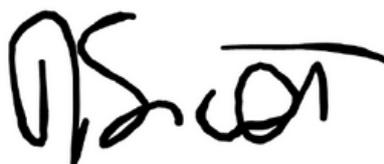
## Propositions :

Compte tenu de ses excellentes compétences et de son implication exemplaire, nous souhaiterions proposer à Camille de poursuivre son expérience au sein d'Orémis en tant que bénévole. Cela lui permettrait de mettre à profit ses compétences en communication digitale et de continuer à développer son expérience dans un cadre associatif.

M. Dylan WEIBEL  
Directeur délégué à l'information et à la communication



Mme Marianne SICOT  
Directrice déléguée adjointe à l'information et à la communication



M. Lucas VOLET  
Président de l'association



# ANNEXE : AUTO-ÉVALUATION

## Grille d'auto-évaluation

Nom et prénom de l'étudiant : Dziranian Camille

	Insatisfaisant	A travailler	Satisfaisant	Très satisfaisant
<b>SAVOIR-FAIRE</b>				
Compréhension des attendus				✓
Qualité du travail réalisé				✓
Aptitude à s'organiser			✓	
Aptitude à gérer son temps			✓	
Aptitude à intégrer des contraintes				✓
Maîtrise de l'écrit				✓
<b>SAVOIR-FAIRE</b>				
Tenue, présentation				✓
Ponctualité				✓
Assiduité				✓
Respect de la hiérarchie				✓
Capacité à travailler en équipe			✓	
Adaptabilité à la culture d'entreprise				✓
Dynamisme				✓
Ténacité				✓
Curiosité			✓	

### POINTS FORTS

Mes points forts résident dans ma capacité d'adaptation rapide et d'apprentissage efficace. Chez Orémis, j'ai pu prendre en charge diverses tâches avec aisance, grâce à ma polyvalence et à ma créativité. J'ai proposé des idées innovantes pour les projets de communication, et j'ai su apprendre et m'adapter rapidement aux exigences changeantes du travail.

### AXES D'AMELIORATION

Cependant, j'ai identifié des axes d'amélioration tels que la gestion du stress, la gestion des priorités et la gestion du temps. En travaillant sur plusieurs projets simultanément, j'ai réalisé l'importance d'améliorer ces compétences pour optimiser ma productivité. Je suis consciente de ces points et déterminée à les développer davantage.

### AUTRES REMARQUES

En conclusion, mon stage chez Orémis a été une expérience enrichissante et formatrice. J'ai réussi à atteindre les objectifs fixés et à apporter des résultats concrets à l'association. J'ai développé des compétences clés en community management, en création de contenu et en gestion de projets de communication. Ce stage m'a confirmé mon intérêt pour le domaine du community management et m'a donné envie de poursuivre ma carrière dans ce secteur. Je suis reconnaissante à l'équipe d'Orémis pour leur soutien et leur confiance, et je suis enthousiaste à l'idée d'appliquer les compétences acquises dans mes futurs projets.

| Orémis



**MERCI POUR  
VOTRE LECTURE.**