

RAPPORT DE STAGE

ENZO CAPALDI

Tuteur de stage du « Mafigue » :

Caroline Aubert



Tutrice de stage de l'IUT MMI de Toulon :

Alexia Martin



BUT Métier du multimédia et de l'internet, 2^{ème} année.

Création numérique

RAPPORT DE STAGE

ÉTUDIANT :

Enzo CAPALDI

Tél : 07 68 42 36 29

Mail : enzocapaldi.pro@gmail.com

Fonction : Communication

Durée de stage : 8 semaines

29 janvier au 24 mars 2024

TUTEUR DE STAGE DE « MAFIGUE » :

Caroline AUBERT

Tél : 06 62 59 74 17

Mail : caroline.aubert.design@gmail.com

Cheffe d'entreprise

TUTRICE DE STAGE DE L'IUT MMI de Toulon :

Alexia MARTIN

Mail : alexia.martin@univ-tln.fr

Enseignant BUT MMI

REMERCIEMENTS

Je remercie d'abord Caroline Aubert de m'avoir accepté en tant que stagiaire dans son entreprise.

Je remercie également ma tutrice de stage Alexia Martin et l'IUT MMI de Toulon.

ATTESTATION DE NON-PLAGIAT

SOMMAIRE

1. L'ENTREPRISE « MAFIGUE »	4
1.1 Présentation de l'entreprise	4
1.2 Communication de l'entreprise et observation	6
1.2.1 LinkedIn	6
1.2.2 Malt	7
1.2.3 YouTube, TikTok et Instagram	8
1.2.4 Communication avec les clients	8
1.2.5 Site Web	8
2. MISSIONS	10
2.1 Rappel de la mission	10
2.2 Méthode de travail	10
3. MON GARDIEN	11
3.1 Contexte	11
3.2 Identité graphique	12
3.3 Logo	13
3.4 Le pitch	15
3.4.1 La veille	15
3.4.2 Le jour du pitch	16
3.5 Après le pitch	17
4. MAQUETTE DU SITE : PAPA FRANCE	18
4.1 Contexte	18
4.2 Méthode de travail	18
4.3 Conceptions des pages	18
5. COMMUNICATION SUR LINKEDIN	21
5.1 Contexte	21
5.2 Calendrier éditorial	21
5.3 Posts sur le stage	21
5.4 Montage vidéo pour « Journée à l'IUT MMI » et « Co-Work à Marseille »	22
5.4.1 Journée à l'IUT MMI de Toulon	22
5.4.2 Co-work à Marseille	23
5.4.3 Posts Figma	24
5.4.4 Mêmes sur l'UX design	25
6. AUTRES MISSION	26
6.1 Doublange	26
6.2 Logo pour Affaire.io	26
7. BILAN	27

INTRODUCTION

Pour ma 2ème année de BUT MMI (Métiers du multimédia et de l'internet) j'ai dû trouver un stage de 8 semaines pendant la période de février/mars 2024. Ce stage devait avoir un rapport avec le multimédia. J'ai eu mon stage chez Mafigue, de Caroline Aubert, une micro-entreprise dont l'activité principale est la création de SaaS, notamment sur la partie UX/UI.

J'ai choisi de faire ce stage avec Caroline Aubert car je cherchais un stage qui me permettrait d'acquérir de l'expérience, mais aussi pour alimenter mon portfolio et me donner plus de chance pour avoir des opportunités à l'avenir. Cette entreprise était idéale, car j'ai pu exercer mes compétences dans les domaines qui m'intéressent : l'UX/UI design, la communication digitale et la conception d'une identité visuelle.

Les missions qui étaient confiées consistaient principalement à concevoir des interfaces de sites web des clients de Mafigue, de réaliser le logo et la charte graphique de Mon Gardien (un projet d'application pour aider les doomscrollers) et la communication sur LinkedIn pour son personal branding.

Dans ce rapport, je vais présenter dans un premier temps l'entreprise, puis sa communication ensuite je présenterai l'ensemble des travaux réalisés durant ce stage.

TABLE DES FIGURES

Figure 1 : Photo de Caroline Aubert avec Florian Gertner et Enzo Capaldi	5
Figure 2 : Post LinkedIn de Caroline Aubert	6
Figure 3 : Bannière LinkedIn de Caroline Aubert	7
Figure 4 : Visuel de la Home Page de Caroline Aubert	9
Figure 5 : Mascotte de Mon Gardien	11
Figure 6 : Charte graphique de Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)	12
Figure 7 : Mascotte Mon Gardien en 2D (réalisé par Enzo Capaldi)	13
Figure 8 : Croquis du logo Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)	13
Figure 9 : Logo Mon Gardien V1 (réalisé par Enzo Capaldi)	14
Figure 10 : Logo Mon Gardien V2 (réalisé par Enzo Capaldi)	14
Figure 11 : Logo Mon Gardien Version finale (réalisé par Caroline Aubert)	14
Figure 12 : Illustration Doomscrolling (réalisé par Enzo Capaldi)	16
Figure 13 : Photos du pitch de Caroline Aubert (prises par Enzo Capaldi)	16
Figure 14 : Navbar de Papa France, Avant/Après	19
Figure 15 : "Produit" de Papa France, Avant/Après	20
Figure 20 : Post LinkedIn Stage 1 (écrit par Enzo Capaldi)	22
Figure 21 : Post LinkedIn Stage 2 (écrit par Florian Gertner)	22
Figure 22 : Vidéo "Journée à l'IUT MMI de Toulon" (réalisé par Enzo Capaldi)	23
Figure 23 : Vidéo "Co-Work à Marseille (monté par Enzo Capaldi)	24
Figure 24 : Post Auto-Layout sur Figma (réalisé par Enzo Capaldi)	24
Figure 25 : Mêmes pour LinkedIn	25
Figure 26 : Proposition de logo Affaire.io (réalisé par Enzo Capaldi)	26

1. L'ENTREPRISE « MAFIGUE »

1.1 Présentation de l'entreprise

Mafigue est une entreprise individuelle, également connue sous le statut de freelance, fondée par Caroline Aubert en janvier 2019 à La Ciotat. Caroline propose ses services à la fois en tant que formatrice en UX/UI design, notamment à l'IUT Métiers du Multimédia et de l'Internet à Toulon, et en tant que product designer. Son activité principale consiste à concevoir et développer l'interface utilisateur ainsi que le design de produits numériques tels que des sites web, applications mobiles et SaaS.

Bien que l'entreprise soit actuellement composée d'une seule personne : Caroline Aubert, elle a accepté d'accueillir deux stagiaires pour cette période de stage : Florian Gertner et moi-même.

Les compétences de Caroline ne se limitent pas à cela. Récemment, elle a participé à un boot camp, c'est-à-dire un rassemblement des experts du même domaine dans un lieu. Ce boot camp lui a permis d'acquérir des compétences sur Webflow, un service de conception de sites web en no-code. Elle a récemment utilisé cette compétence pour le projet de Doublange, qui sera abordé ultérieurement dans ce rapport.

Elle a déjà réalisé plusieurs projets, notamment :

- SaaS Value investing Screener, un site pour les investisseurs en bourses.
- SaaS Blue komune, pour la protection des océans.
- SaaS Advertize-Me, un service pour les apporteurs d'affaires.
- Formation PopSchool CDUI (concepteur designer UI)
- Formation MASTER DEDI (menttora projet REACO)
- Formation BUT MMI de Toulon (UX/UI Design et Figma)
- Formation ECV (Webflow)

Ce stage offre à Caroline, en tant que freelance, l'opportunité de doubler son activité pendant cette période. Florian et moi-même avons déjà la compétence de concevoir des visuels avec l'outil de conception Figma. Notre apprentissage va, par conséquent, se concentrer sur les automatismes à adopter pour ce métier et découvrir l'auto-entrepreneuriat, ce qui nous permettra de se faire un avis plus précis et nous aidera pour nos projets professionnels.

Mafigue se divise en deux parties : Mafigue Lab, qui représente l'activité principale, et Mafigue Académie, qui se concentre sur les formations.



Figure 1 : Photo de Caroline Aubert avec Florian Gertner et Enzo Capaldi

1.2 Communication de l'entreprise et observation

1.2.1 LinkedIn

LinkedIn est l'un des réseaux sociaux les plus importants dans le monde professionnel, surtout pour les entrepreneurs individuels comme Caroline Aubert. En tant que freelance, la sécurité financière n'est pas garantie, donc se démarquer est essentiel pour attirer des clients, surtout lorsqu'on propose des services liés aux produits numériques. C'est pourquoi il est crucial d'être actif sur les réseaux sociaux.

Les posts

Caroline publie environ une fois par semaines sur LinkedIn. Sa stratégie consiste à partager des moments de sa vie d'entrepreneuse, comme son expérience lors du boot camp mentionné dans l'introduction de ce rapport, ses méthodes pour enseigner aux étudiants de deuxième année du BUT MMI de Toulon (en utilisant des cartes d'activités UX), impliquer sa communauté dans ses projets, ou même signaler à quelqu'un qu'elle a retrouvé son iPad perdu dans un TGV.



Figure 2 : Post LinkedIn de Caroline Aubert

Le profil

Sur sa page LinkedIn, on remarque d'abord la bannière. Elle affiche : "On sort ton MVP, Maintenant ! Arrête de réfléchir, passe à l'action". Cela permet aux clients potentiels de comprendre immédiatement les services proposés et donne l'impression que le service est offert avec détermination et professionnalisme, ce qui peut inspirer confiance aux clients.

De plus, on retrouve aussi "Contactez-moi", ainsi que les services proposés en trois points et le logo, de manière discrète. Une identité visuelle est également présente sur la bannière et la photo de profil, ce qui renforce la cohérence.



Figure 3 : Bannière LinkedIn de Caroline Aubert

Le reste de son profil présente ses formations, ses expériences et ses compétences, qui sont des éléments essentiels sur LinkedIn.

1.2.2 Malt

Malt est un réseau davantage axé sur les auto-entrepreneurs. Contrairement à LinkedIn, qui est plus orienté vers le réseautage, Malt est destiné à trouver des missions et donc une rémunération.

Sur Malt, les clients peuvent directement passer commande aux prestataires, et toute la transaction se fait sur la plateforme, de la demande initiale au paiement final. Malt facilite ainsi le processus de mise en relation entre les prestataires de services et les clients.

1.2.3 YouTube, TikTok et Instagram

Ces plateformes sont également utilisées pour développer un réseau, mais cela nécessite la création de contenu audiovisuel.

Sur YouTube, on trouve des tutoriels pour Figma, alors que sur TikTok, les vidéos suivent les tendances tout en abordant le sujet du freelance et de l'entrepreneuriat ainsi que Figma.

Sur Instagram, on retrouve également quelques tutoriels. Toutefois, Caroline a décidé de délaisser ces plateformes pour se concentrer sur ses activités principales, compte tenu du temps considérable que la création de contenu demande.

1.2.4 Communication avec les clients

Pour la communication avec les clients, plusieurs méthodes sont utilisées : WhatsApp, Discord, logiciel de vidéoconférence, téléphone ou en personne.

La méthode la plus courante consiste à communiquer par messages et à planifier des réunions en visioconférence. Caroline utilise également des vidéos de courte durée pour présenter l'avancée des projets et obtenir des retours de la part des clients.

Pour les premières réunions, elle enregistre les échanges au format mp4 via un logiciel tel qu'OBS afin de garder une trace des demandes des clients et de s'y référer lors du déroulement du projet. Cela permet également de se protéger contre toute modification malhonnête de la part du client, ainsi que de préparer des devis sans rien oublier.

1.2.5 Site Web

Le site web de Mafigue est en cours de conception. Cependant, pour ce type d'activité, un site web peut être indispensable. En effet, le principal service proposé est la conception de sites web pour les clients. Avoir un site web de qualité permettra de démontrer les compétences et le professionnalisme de Caroline aux clients, tout en leur fournissant des informations supplémentaires

sur elle et son expérience dans le domaine. Le site web va surtout servir à faire découvrir Caroline aux clients. On pourra découvrir son univers, son métier et ce qu'elle pourra apporter aux clients s'ils la contactent.

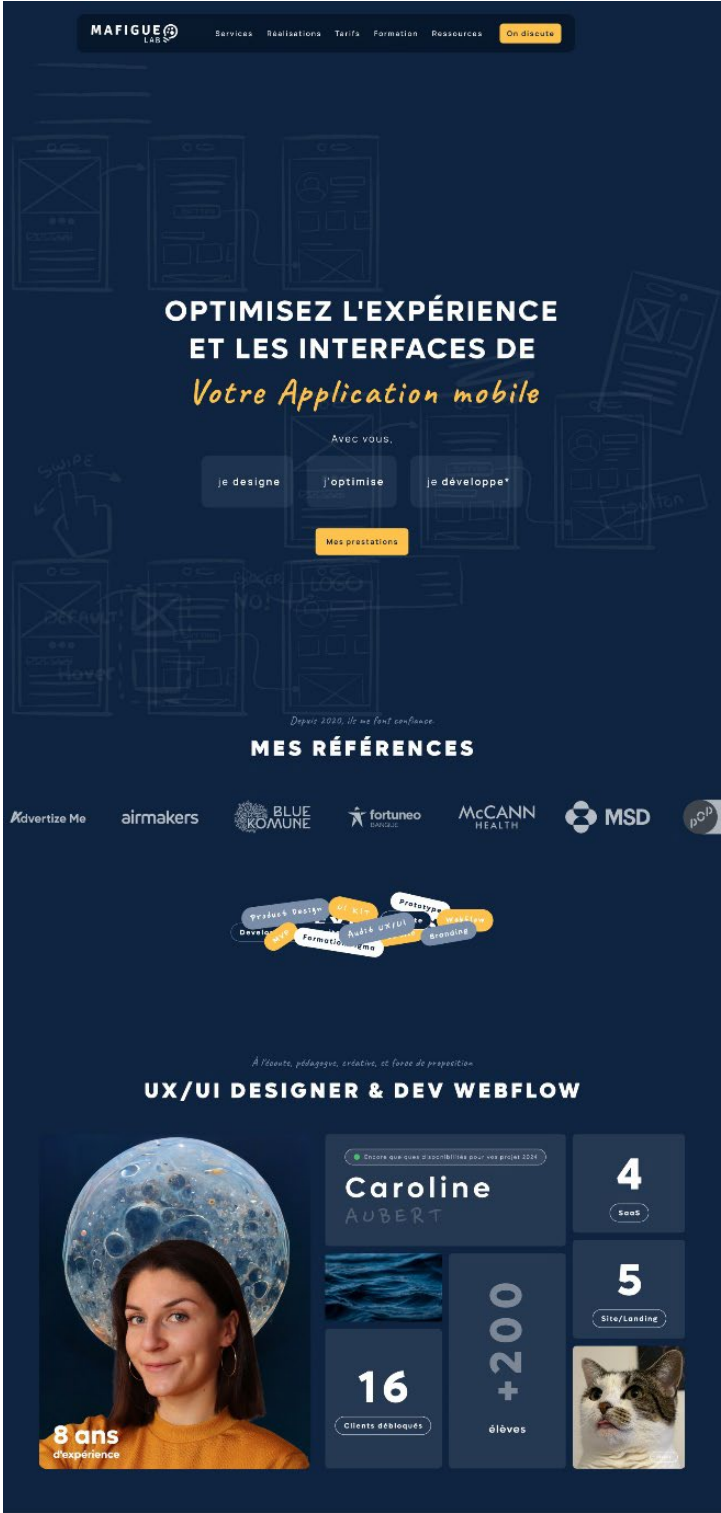


Figure 4 : Visuel de la Home Page de Caroline Aubert

2. MISSIONS

2.1 Rappel de la mission

Durant ce stage de 8 semaines, plusieurs missions ont été confiées. D'abord on devait créer l'identité visuelle et préparer un pitch pour le projet de Mon Gardien. On devait également désigner le site web de Papa France. Et enfin on devait gérer la communication de Caroline sur LinkedIn.

2.2 Méthode de travail

Pour travailler sur les projets qui proviennent des clients, on devait étudier au maximum la demande du client pour ne rien oublier et comprendre le besoin. Ensuite on s'est répartie les tâches pour plus d'efficacité, enfin Caroline donnait le dernier mot.

Pour les travaux qui concernent Caroline Aubert, on a fait un entretien pour l'élaboration du cahier des charges. On a discuté des exigences de Caroline pour comprendre le besoin et y répondre.

Pour le matériel, tous les travaux ont été réalisés sur PC avec les logiciels : Illustrator, Premier Pro, Figma, et outils web tel que Google Docs et Notion.

3. MON GARDIEN

3.1 Contexte

Mon Gardien est une application qui permettra aux utilisateurs de limiter leurs temps d'écrans sur certaines applications et éviter l'effet de « Doomscrolling ». Par exemple, tard la nuit, vers 3h du matin, on peut être encore en train de scroll sur TikTok alors qu'on s'était dit à 00h, puis à 01h, puis à 02h, d'arrêter TikTok et d'aller se coucher. Et quand on se rend compte que le réveil sonnera dans 4h seulement, ça crée de l'angoisse. Ce qui fait que la journée se passera avec beaucoup de fatigue et d'anxiété, ce qui génère en plus du stress, ce qui n'est mentalement pas bon pour les consommateurs. Ce sont les conséquences du doomscrolling, une des mauvaises habitudes apparues avec les réseaux sociaux.

L'application permettra aux utilisateurs de se fixer des limites et récompensera l'utilisateur pour ses bonnes actions avec des points qui permettront de personnaliser la mascotte de l'application.

Notre mission consiste à créer l'identité graphique et le logo de mon gardien pour créer une landing page pour présenter le projet. Puis de faire de la veille pour préparer un pitch. Pour le pitch, notre mission consistait simplement de prendre des photos pendant le passage de Caroline. Ce chapitre est composé de 3 titres : L'identité graphique, le logo et le pitch.



Figure 5 : Mascotte de Mon Gardien

3.2 Identité graphique

Une des tâches de ce projet était la création d'une charte graphique pour créer l'identité visuelle de Mon Gardien, mais aussi pour réaliser dans la foulée le site web du projet pour montrer l'état d'avancement. La demande était de trouver quelque chose autour du bleu. La réflexion a été longue pour le choix des couleurs car la mascotte est en jaune et aucune autre couleur ne lui allait. Une autre problématique a été la volonté de suivre les couleurs tendance sur internet. Pour les typographies, le choix a été plus simple, la demande était d'avoir des typographies simples, sans empattement et gratuite. Pour cela nous avons fait nos recherches sur Google Font. Tout cela a conduit à la réalisation de plusieurs chartes graphiques et Caroline Aubert a dû choisir laquelle lui convient le mieux. [Voir annexe pour toutes les propositions.](#)

Voici la charte graphique retenue :

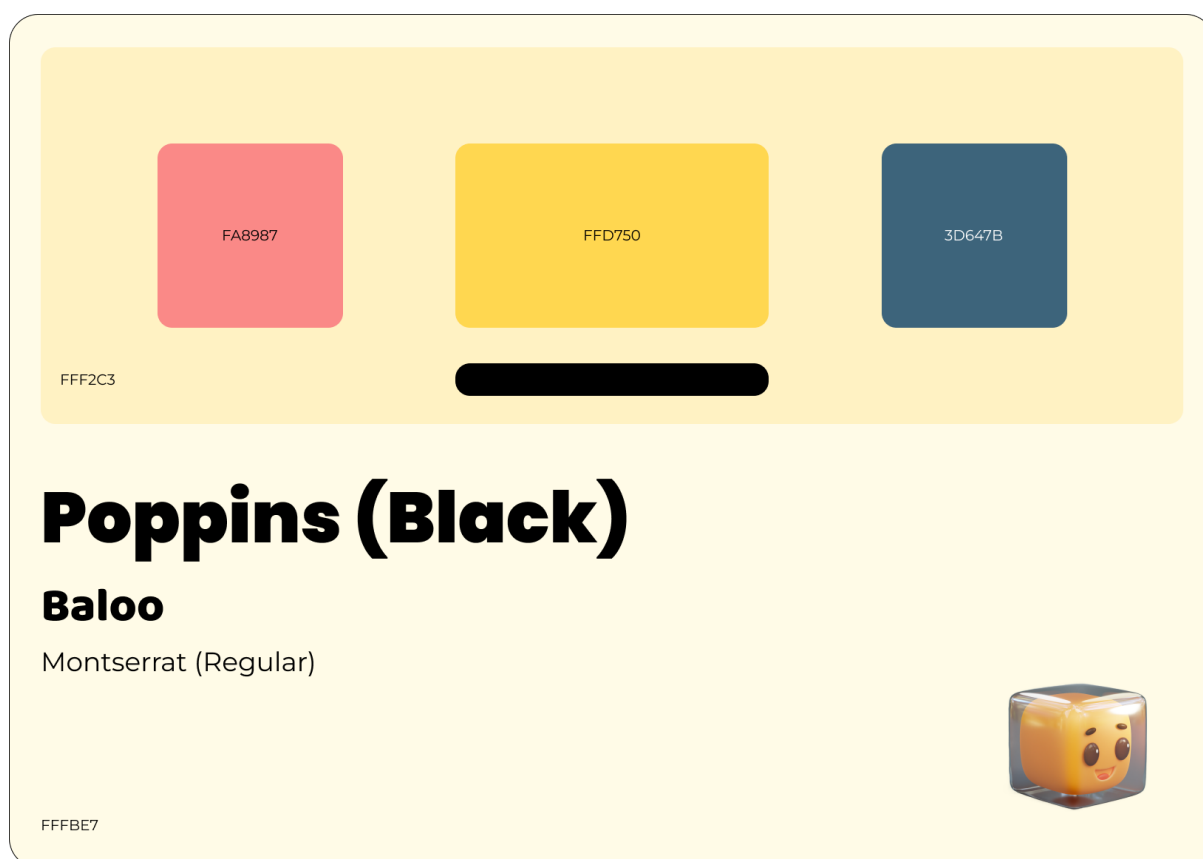


Figure 6 : Charte graphique de Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)

3.3 Logo

La demande initiale du logo était que le logo soit carré avec le nom « mon gardien » qui prend tout l'espace. Pour la réalisation de ce logo, nous avons eu besoin de presque une semaine pour choisir la version définitive.

L'une des propositions a été de d'intégrer un élément graphique. Le choix a été de faire une version « 2D » de la mascotte.



Figure 7 : Mascotte Mon Gardien en 2D (réalisé par Enzo Capaldi)

La première étape a été de faire des croquis du logo, la problématique était de savoir comment faire pour intégrer le mot « Gardien » dans un carré. La solution trouvée a été de faire le logo en trois niveaux ; « MON » en haut, « GAR » au milieu, « DIEN » en bas.



Figure 8 : Croquis du logo Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)

Ensuite, la seconde étape a été, à partir du croquis, de vectoriser le logo sur le logiciel Adobe Illustrator. Pour cela, on se sert du croquis pour « calquer » le logo avec des traits tracés proprement.



Figure 9 : Logo Mon Gardien V1 (réalisé par Enzo Capaldi)

Dans le doute que la 1ère version ne soit pas satisfaisante, par précaution plusieurs versions ont été faite en parallèle. [Voir annexe toutes les versions et croquis du logo.](#)

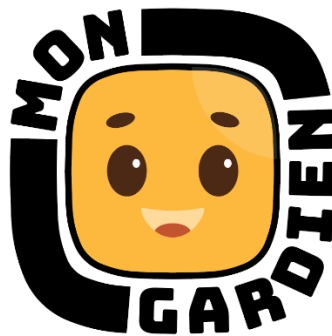


Figure 10 : Logo Mon Gardien V2 (réalisé par Enzo Capaldi)

Au final, c'est la dernière version qui a été faite en regroupant les idées trouvées pour les versions précédentes, que Caroline Aubert a décidé de garder.



Figure 11 : Logo Mon Gardien Version finale (réalisé par Caroline Aubert)

Pour conclure, faire plusieurs versions du logo et d'être plusieurs à travailler dessus nous a permis d'itérer le logo pour petit à petit concevoir le bon logo qui correspond à Mon Gardien et qu'il soit validé par Caroline Aubert.

3.4 Le pitch

Caroline s'est inscrit à l'évènement « Ose! Le Cercle Business des Entrepreneures » un évènement dédié aux femmes qui entreprennent, à Toulon, pour participer à un concours de pitch avec 9 autres entrepreneuses.

L'une des problématiques de Caroline, pour ce projet, est de développer l'application sur iOS. Les fonctionnalités de base de l'application nécessitent de toucher au code source de iOS (par exemple en bloquant l'ouverture d'une application et afficher Mon Gardien s'en la volonté d'ouvrir ce dernier). Pour cela, on a besoin de coder l'application avec du code Swift, un langage de programmation créé par Apple. Mais un développeur Swift coûte cher. Le but du pitch est de faire du réseautage et essayer de trouver un investisseur pour pouvoir engager un développeur. Pour préparer le pitch, il fallait faire de la veille pour avoir des chiffres à intégrer dans le discours. Le discours en lui-même a été écrit par Caroline.

3.4.1 La veille

Pour préparer le discours, on devait trouver des chiffres concrets à mettre dedans. Pour cela on a d'abord fait un peu de recherche sur le doomscrolling. Par exemple, selon Nord VPN, 77 % des jeunes adultes de 18 à 24 ans sont impactés par le doomscrolling le matin avant de sortir du lit (échantillon de 1002 français).

Mais pour avoir nos propres chiffres, on a créé un Google Form qu'on a posté sur le LinkedIn de Caroline Aubert, et repartagé autour de nous, comme par exemple le discord du BUT MMI Toulon pour toucher une cible plus jeune que sur LinkedIn.

Ce formulaire a rapporté 118 réponses. [Voir annexe pour les questions et les réponses.](#)

Pour le post LinkedIn, on n'a pas seulement envoyé le formulaire, on a prévu un texte et une illustration pour présenter notre projet et insister à répondre à notre formulaire

L'illustration reprendre l'identité visuelle de Mafigue, avec une image représentant le doomscrolling généré par une intelligence artificielle.



Figure 12 : Illustration Doomscrolling (réalisé par Enzo Capaldi)

3.4.2 Le jour du pitch

Pour le jour du pitch, notre mission était de prendre des photos pour un post LinkedIn. Voici quelques photos :

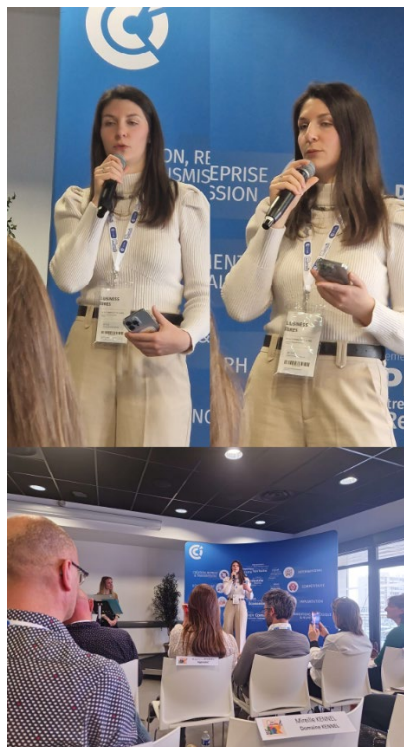


Figure 13 : Photos du pitch de Caroline Aubert (prises par Enzo Capaldi)

Cet évènement nous a permis de découvrir un peu plus le mode de l'entreprenariat et comprendre à quoi sert ce genre d'évènement. Car mis à part le concours de pitch, c'était un moyen excellent de faire du réseautage et de prendre des contact grâce aux différents stands présents.

3.5 Après le pitch

L'évènement Ose ! a permis à Caroline d'avoir des réponses pour réaliser un tel projet et elle a décidé de le mettre de côté pour le moment le temps d'avoir des opportunités. Ce qu'elle a pu avoir 1 mois plus tard grâce à un Hackathon organisé avec d'autres expert, le temps d'un weekend pour élaborer une identité graphique mieux travaillé (en reprenant celle déjà mis en place), et développer une alternative de l'application qui ne nécessite pas de code Swift.

4. MAQUETTE DU SITE : PAPA FRANCE

4.1 Contexte

Papa France est un grossiste d'emballage pour tous types de commerce, son besoin était de retravailler les visuels de son site internet tout en gardant la même identité visuelle. Il fallait aussi travailler sur une version responsive plus adapter que la précédente.

4.2 Méthode de travail

Pour cette mission, nous besoin dans un premier temps identifier le besoin du client. La demande été de refaire la page produit et le cadencier tout en gardant l'identité visuelle et le fait que ça soit un site de e-commerce pour les entreprises (on ne peut pas faire un site qui soit visuellement trop « luxueux » ou qui suit les tendances graphiques actuelle).

Ensuite, on s'est reparti les tâches pour la réalisation des différentes pages.

4.3 Conceptions des pages

Pour la page produit, on avait déjà la version responsive faite par Caroline. Donc pour la version desktop (ou PC), on s'est inspiré de la version responsive et de l'ancienne version desktop.

Pour la page cadencier, il fallait simplement faire une liste des produits acheté fréquemment et les produits « favoris des clients. On a les produits, dans une liste, par leurs catégories. [Voir annexe pour les pages produit et cadencier.](#)

La navbar

Avant :



Après :

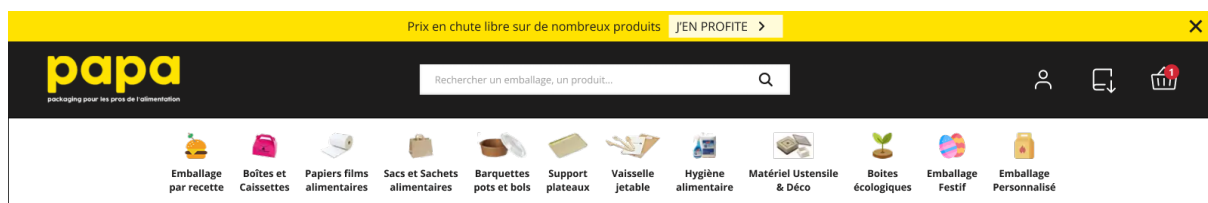
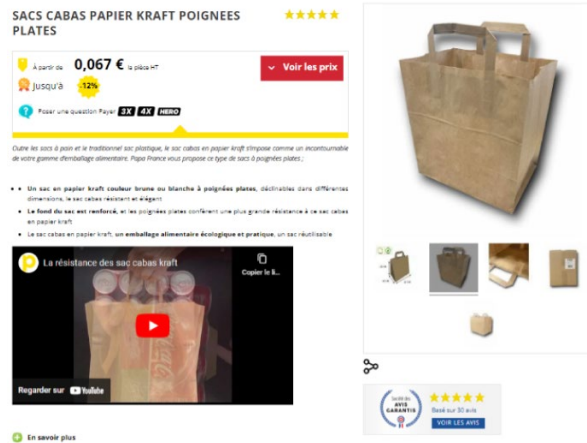


Figure 14 : Navbar de Papa France, Avant/Après

Cette nouvelle navbar a été réalisé par Florian et moi-même. On a voulu simplifier cette navbar car elle était trop grande et on ne comprend pas vraiment ce qu'il y a dedans. Le risque était que l'utilisateur regarde seulement le menu en bas grâce aux icones mais qu'il avait envie de tout de suite regarder ailleurs. Nous avons mis la barre de recherche bien au centre avec un fond noir pour la mettre plus en valeurs, puis nous avons mis sur ce même fond le logo en gauche et les icones de connections, du catalogue et du panier à droite, aussi pour les mettre en valeurs, mais aussi pour suivre des autres sites de e-commerce qui utilise souvent cette configuration avec leurs icones.

Le produit

Avant :



Après :



Figure 15 : "Produit" de Papa France, Avant/Après

Cette catégorie a été réalisé par Caroline, Florian et moi-même. L'ancienne version était très mal faite, on ne comprend pas vraiment ce que l'on cherche. Faut prendre en compte que l'utilisateur est habitué des sites de e-commerce et cherche à retrouver ces repères pour acheter. Ça peut le faire fuir de ce site. Pour cette catégorie, ont choisi de tout refaire en s'inspirant, la encore, de la configuration « habituelle » des sites de e-commerce. Nous avons mis la note en valeurs car le client est très attaché aux notes, et rajouter une flamme à côté du prix. Sur notre version, c'est la note et le bouton « voire les prix qui est mis en avant. Alors que sur l'ancienne c'était la vidéo YouTube et l'image du sac.

5. COMMUNICATION SUR LINKEDIN

5.1 Contexte

Caroline Aubert avait besoin d'être plus présent sur LinkedIn pour développer son réseau. Le besoin était d'établir un calendrier éditorial et prévoir les posts du mois de mars. Pour cela, on a étudié la « concurrence » et qu'elle était le meilleur moment pour poster.

5.2 Calendrier éditorial

Nos recherches nous ont permis de savoir que l'heure idéale des posts sur LinkedIn était autour de midi, le mardi, mercredi et jeudi. On a décidé de faire 2 posts par semaines : le mardi et jeudi à 12h. Pour le contenu, Caroline est sur une stratégie de partage avec sa communauté. C'est-à-dire qu'elle va poster souvent du contenu autour de sa vie professionnelle. A partir de cette stratégie, nous avons décidé de faire plusieurs posts « importants », environ 1 par semaine » sur l'évènement Ose!, une journée à l'IUT de Toulon, Co-work à Marseille et sur les 2 mois de stage. Ensuite pour les autres posts, on a réalisé quelques vidéos autour de l'UX et préparé 3 tutos Figma.

5.3 Posts sur le stage

On a voulu communiquer sur le stage sur LinkedIn et expliquer d'un point de vue des stagiaires et ensuite de Caroline notre expérience en suivant la règle des 5W (Qui, Où, Pourquoi, Quoi, Quand). On a publié 2 posts, le 1^{er} où les stagiaires font semblant de prendre le contrôle du compte de Caroline. Dans ce post, on explique qu'est-ce qu'on fait, qui nous sommes, qu'est-ce que nous apporte ce stage et où nous sommes, avec une petite touche d'humour.

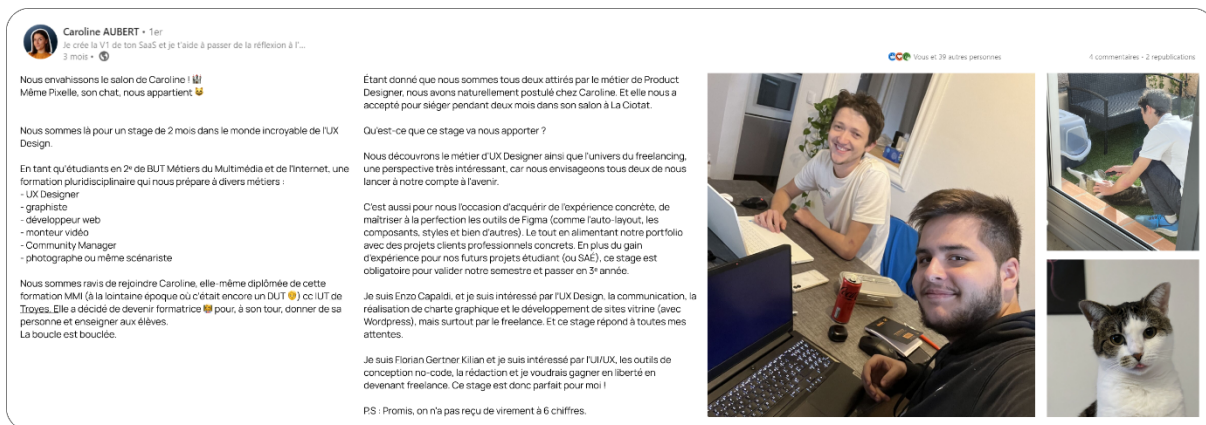


Figure 16 : Post LinkedIn Stage 1 (écrit par Enzo Capaldi)

Pour le second Post, on a repris la même idée pour Caroline. Cette fois ci, elle reprend le contrôle de son compte et explique de son côté pourquoi c'est bénéfique pour elle d'avoir des stagiaires.

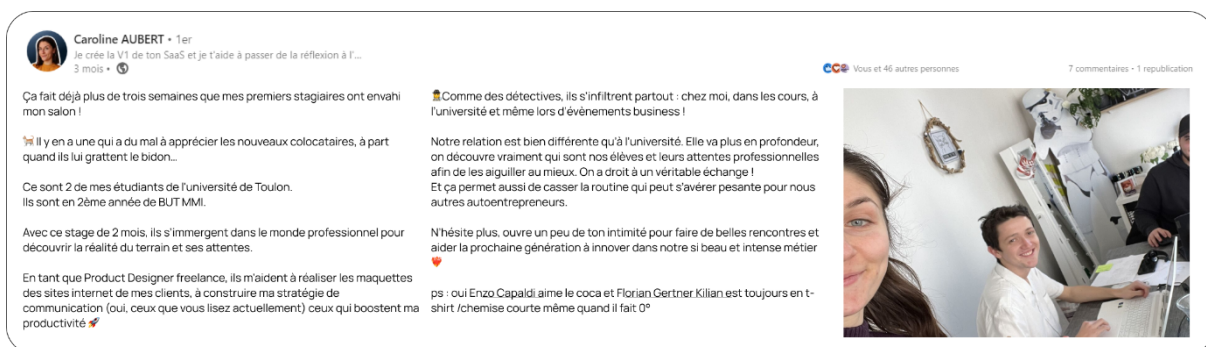


Figure 17 : Post LinkedIn Stage 2 (écrit par Florian Gertner)

5.4 Montage vidéo pour « Journée à l'IUT MMI » et « Co-Work à Marseille »

5.4.1 Journée à l'IUT MMI de Toulon

Une des activités de Caroline est de former des étudiants sur les logiciels Figma et Webflow. Pendant le stage, 1 semaine entière était consacré pour former les étudiants de 3^eme année de MMI à Toulon sur Figma et les aider à concevoir leurs Portfolios. Pour cette occasion, on a décidé de faire une courte vidéo de 1 minute

30 sur une journée à l'IUT de Toulon. On a d'abord réfléchi sur la mise en scène de la vidéo : On commence à l'extérieur du bâtiment et on montre le parcours jusqu'à l'installation dans la salle de cours. Puis quelques plans sur le cours de Caroline, quand elle est au tableau ou quand elle aide un étudiant. On a profité aussi pour intégrer un moment où quelques étudiants de 2eme année ont interviewé Caroline pour du contenu sur l'IUT MMI. Le montage de la vidéo, la mise en scène et les plans ont été réalisé par moi-même.



Figure 18 : Vidéo "Journée à l'IUT MMI de Toulon" (réalisé par Enzo Capaldi)

5.4.2 Co-work à Marseille

Pendant le stage (après les cours à l'IUT), Caroline a participé à un co-work à La Fabulterie, à Marseille. Le principe du co-work est de se rassembler avec des collègues du même domaine et d'avancer dans ses projets. Ça permet ainsi de s'entraider si on rencontre un problème. Cette fois ci, le stagiaire n'était pas présent, donc Caroline a pris elle-même les plans et m'a demandé plus tard de faire le montage de cette journée.

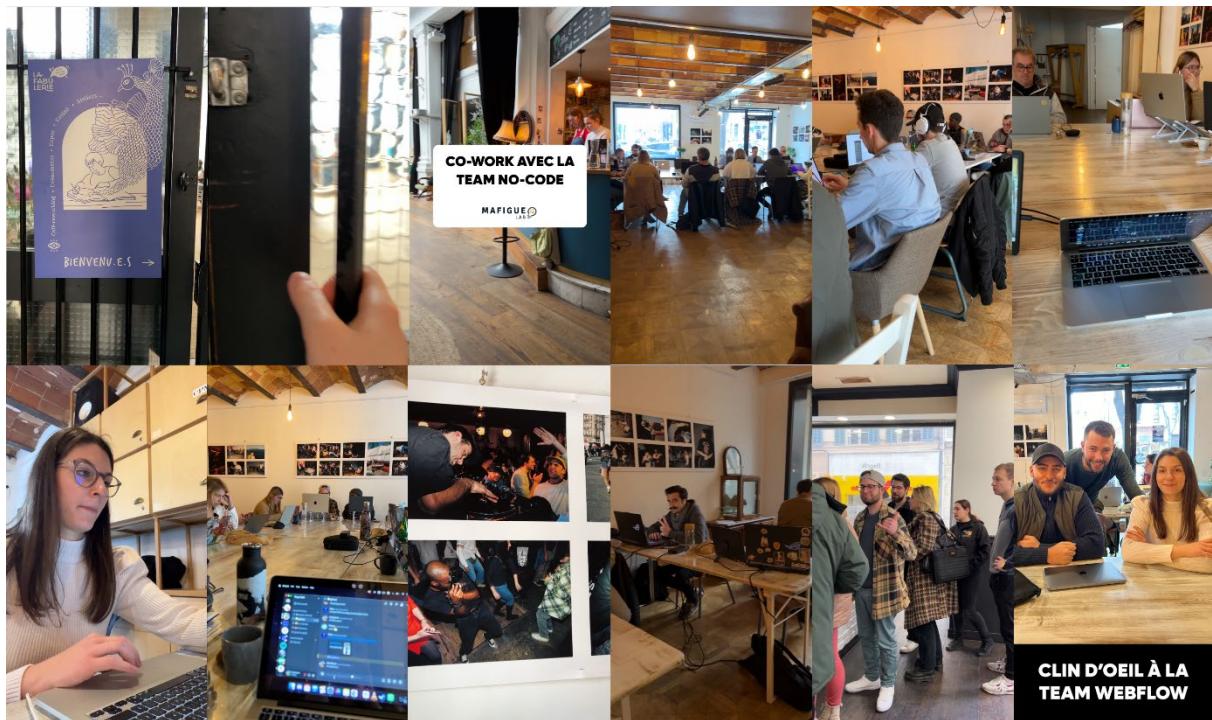


Figure 19 : Vidéo "Co-Work à Marseille (monté par Enzo Capaldi)

5.4.3 Posts Figma

Pour le reste des posts, on a voulu suivre la tendance des autres UX designers sur LinkedIn : partager des petits tutos Figma. On a designé 3 tutos : Les styles sur Figma, Les composants sur Figma, L'auto-layout sur Figma. Tous les tutos ont été réalisé par moi-même. [Voir annexe pour les posts Figma.](#)

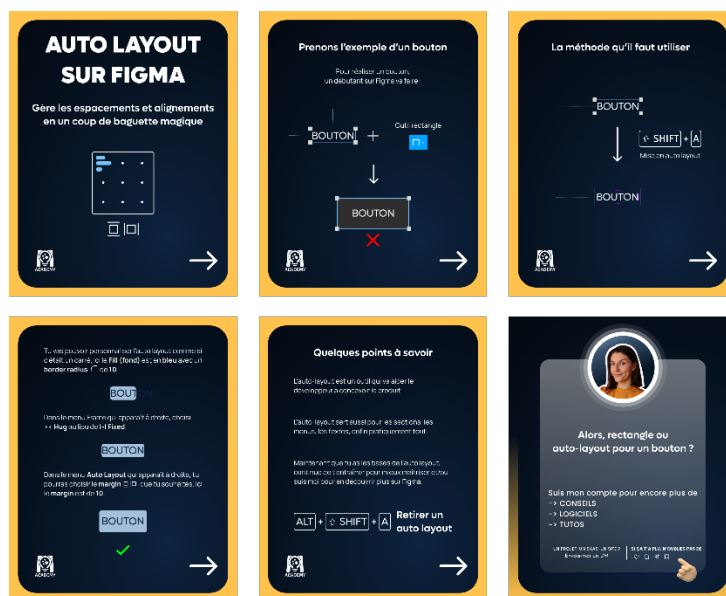


Figure 20 : Post Auto-Layout sur Figma (réalisé par Enzo Capaldi)

5.4.4 Mêmes sur l'UX design

La demande de Caroline était de reprendre les mêmes tendances sur internet et les modifier pour faire référence à l'UX, la plupart de ces mêmes sont des images tirées de dessins animés où on rajoute du texte pour faire dire ce qu'on veut sur un sujet où on décide de réagir. Pour la réalisation des mêmes, on a trouvé un site de génération de mêmes qui reprend les mêmes tendances sur internet et on rajoute nous même le texte qu'on souhaite avant d'exporter.

Voici quelques mêmes réalisés par moi-même.

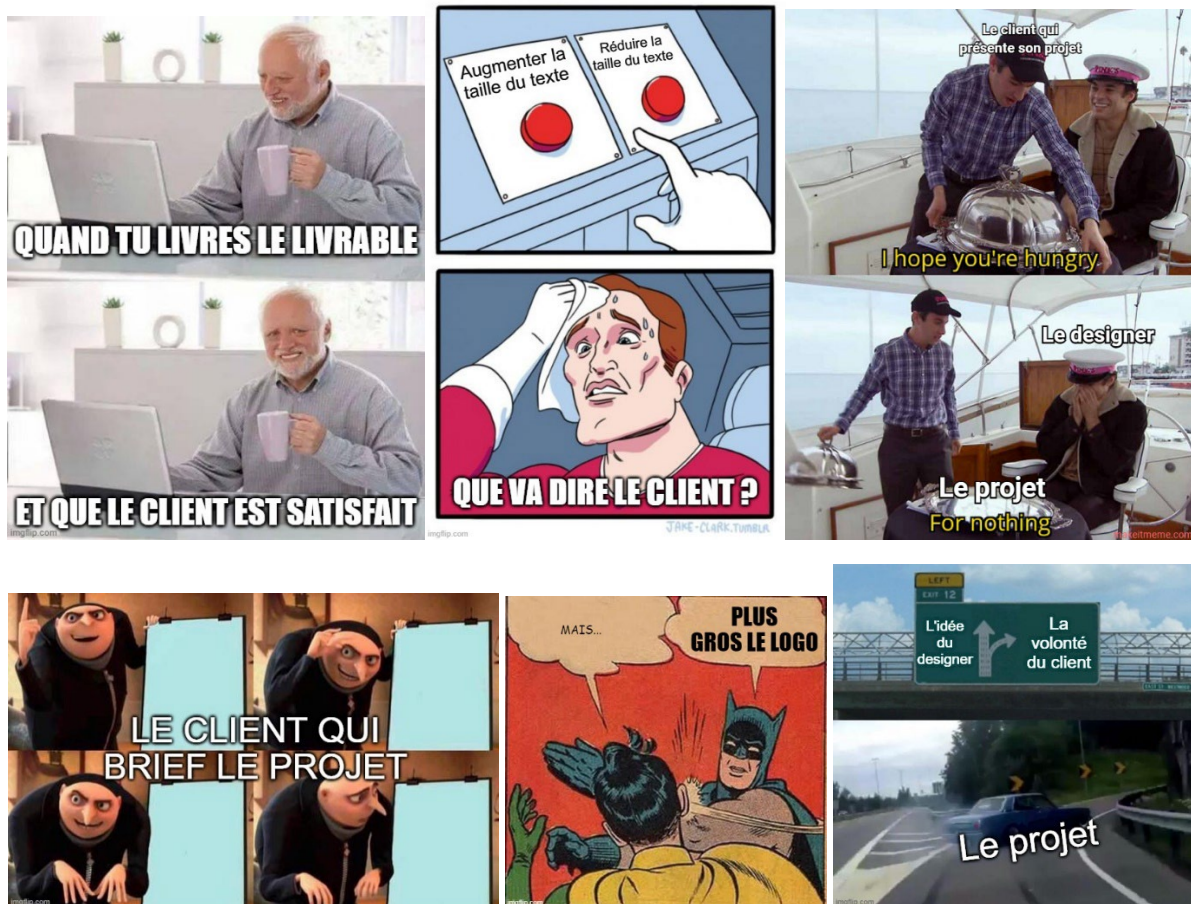


Figure 21 : Mêmes pour LinkedIn

6. AUTRES MISSION

6.1 Doublange

Doublange est la toute première mission qu'on a eu dans notre stage. Caroline qui avait récemment fait une formation pour la maîtrise de Webflow, un service de conception de site web en no-code, Doublange était son premier contrat en tant que développeur Webflow. Notre mission consistait à vérifier si tout le site était optimisé et fonctionnel, concrètement c'était de la veille. Caroline nous à donner 1 journée entière pour faire le travail, mais au bout de 3h, on avait déjà fini. On a vérifié si tout le site correspondait à la maquette Figma, s'il y avait du lorem ipsum dans le site, si les images avaient un attribut et si les fonctionnalités comme un menu déroulant fonctionnait. Et pour finir, on a vérifié la version téléphone et si le site était compatible avec plusieurs navigateur (Chrome, Edge, Opéra, Firefox, ...).

6.2 Logo pour Affaire.io

Affaire.io est un service pour les apporteurs d'affaires qui pourront collaborer ensuite via ce site. Pour l'instant en cours de développement, Caroline a demandé de faire un nouveau logo pour le changement de nom. Pour cela une des idées était de faire de barre au 2 « f » d'Affaire. On a donc interprété l'idée et fait plusieurs versions. On a aussi fait une version en gardant l'élément graphique qui faisant office de « A » logo « Advertize Me ».



Figure 22 : Proposition de logo Affaire.io (réalisé par Enzo Capaldi)

7. BILAN

Ce stage a été bénéfique sous plusieurs aspects. J'ai pu faire tous ce qui m'intéressait : Création logo/identité graphique, design UX/UI, communication. J'ai pu exercer mes compétences dans des projets concrets, pour les clients de l'entreprise. Durant ce stage, je n'ai pas rencontré de réels problèmes. J'étais en capacité de réaliser toutes les missions confiées. Ce stage m'a permis de découvrir la vie de freelance et d'UX designer, ce qui correspond à mon projet professionnel.

Les missions confiées correspondent pleinement à la formation Métier du multimédia et de l'Internet : Infographie, UX design, communication, montage vidéo et photographie.

Ce stage m'a permis d'acquérir de l'expérience car c'était la 1ere fois que je réalisais des travaux pour des clients, et d'avoir un avis sur le fait de se lancer en freelance dans la vie active. De plus, ce stage me permet d'alimenter mon portfolio qui me servira d'outil pour avoir des contrats après ma formation en BUT MMI.

ANNEXES

Annexe 1 : Propositions de charte graphique Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)

Annexe 2 : Prototypes Logo Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)

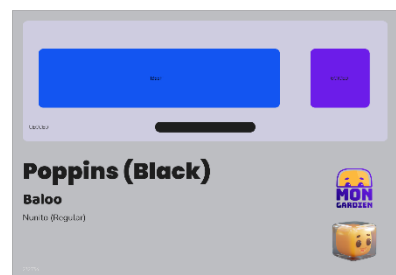
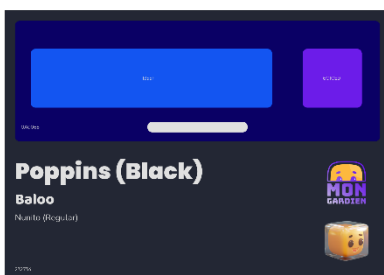
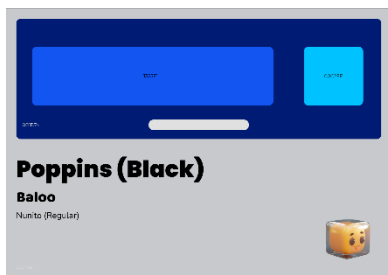
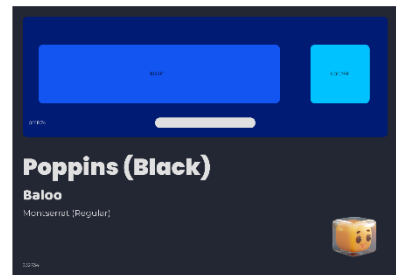
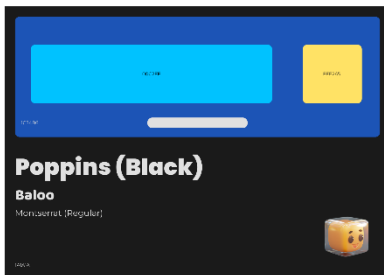
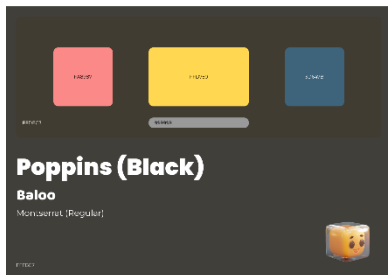
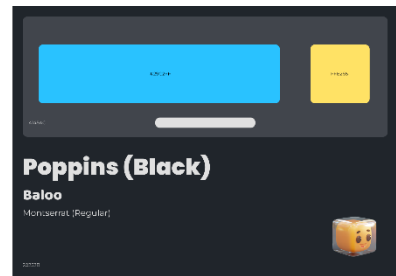
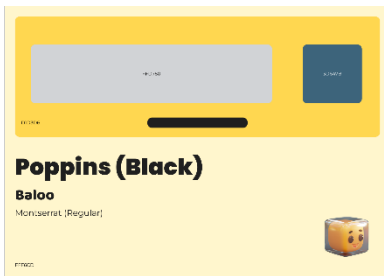
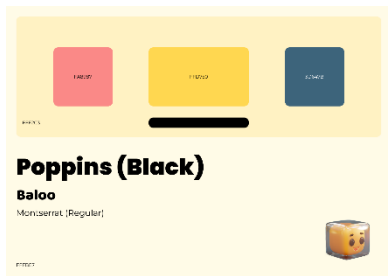
Annexe 3 : Questions et réponses Formulaire Doomscrolling (réalisé par Enzo Capaldi et Florian Gertner)

Annexe 4 : Page Produit Papa France

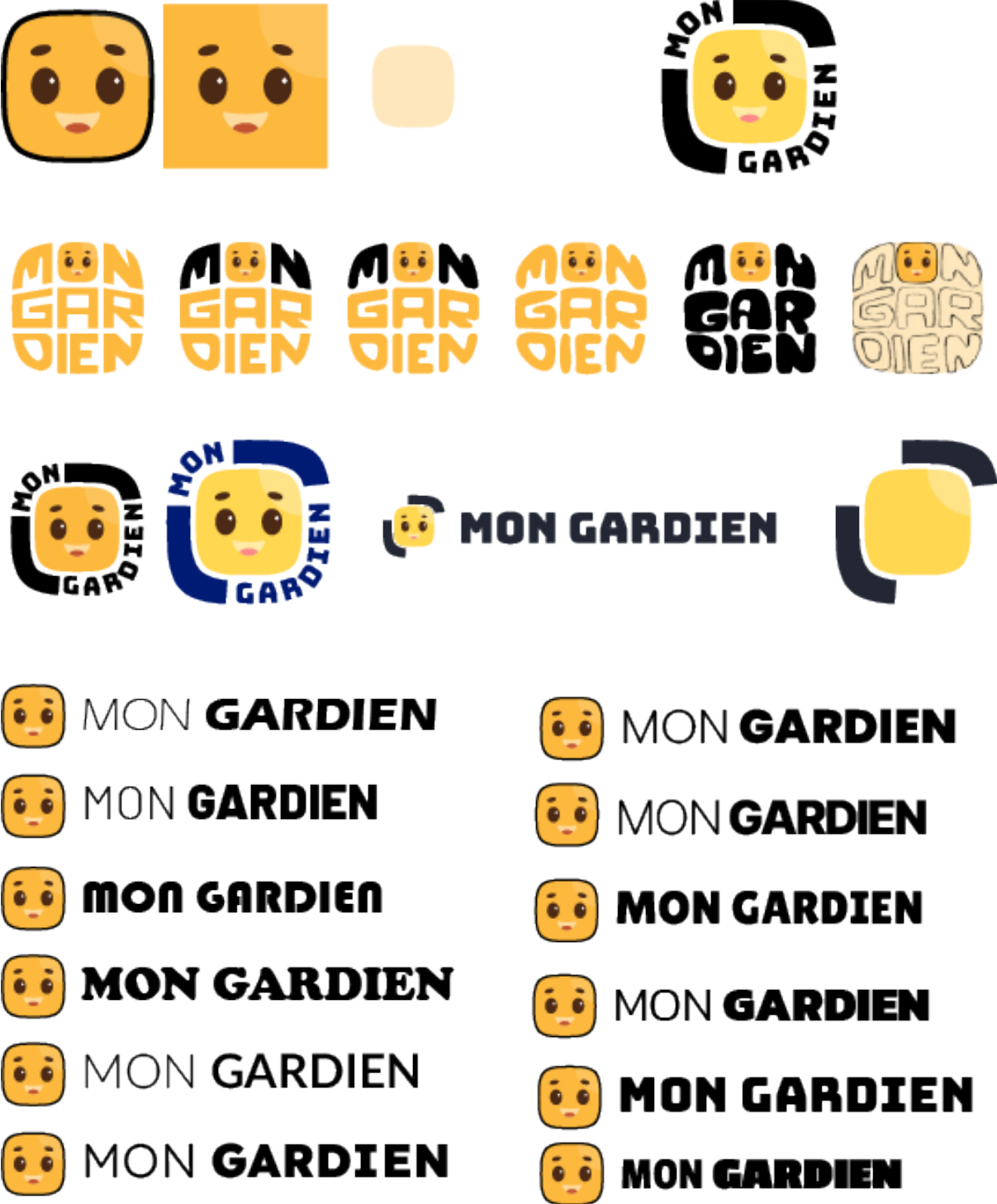
Annexe 5 : Page Cadencier Papa France

Annexe 6 : Posts Figma – Composants et styles

Annexe 1 : Propositions de charte graphique Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)

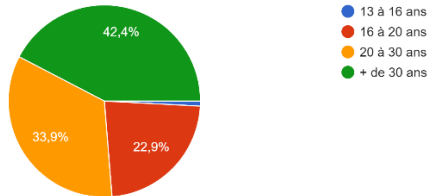


Annexe 2 : Prototypes Logo Mon Gardien (réalisé par Enzo Capaldi)

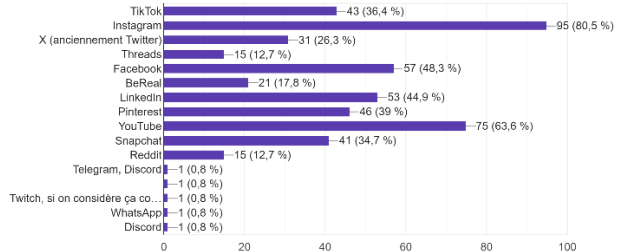


Annexe 3 : Questions et réponses Formulaire Doomscrolling (réalisé par Enzo Capaldi et Florian Gertner)

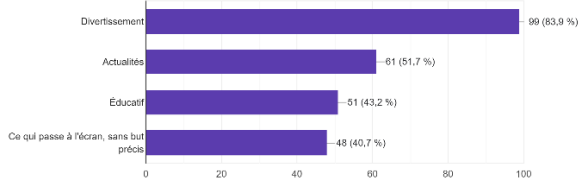
Quel âge as-tu ?
118 réponses



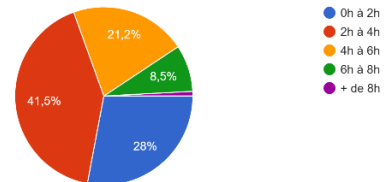
Quels réseaux sociaux utilises-tu ?
118 réponses



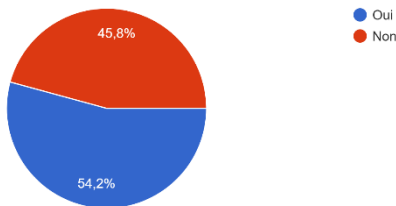
Quel type de contenu consommes-tu lors de vos sessions de doomscrolling ?
118 réponses



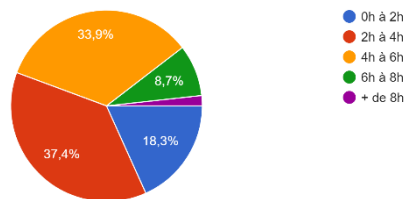
Combien de temps penses-tu passer sur ton téléphone chaque jour ?
118 réponses



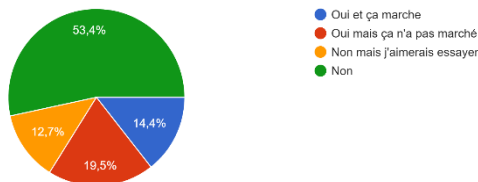
Est-ce que tu te considères comme un doomscroller ?
118 réponses



Combien de temps passes-tu réellement sur ton téléphone chaque jour ?
115 réponses



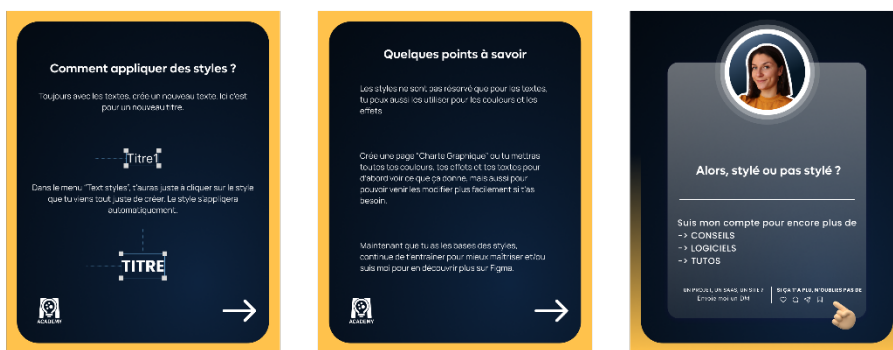
As-tu déjà utilisé un dispositif pour passer moins de temps sur ton téléphone ?
118 réponses



Quels dispositifs as-tu déjà essayé ?
48 réponses

- Opale et Onesec.
- Control parental
- Paramètre de temps d'écran TikTok
- Être occupé à la maison à faire les tâches quotidiennes ou sortir prendre l'air
- free (ou quelque chose comme ça)
- Je peux couper les applications au bout de X temps (je l'ai fait un temps puis j'ai arrêté 😅)

Annexe 6 : Posts Figma – Composants et styles



RÉSUMÉ

J'ai choisi de faire ce stage car je cherchais un stage qui correspond à ce que je souhaite faire plus tard dans ma vie professionnelle, c'est-à-dire être en Freelance tant qu'UX designer.

Pendant ce stage j'ai pu concevoir des maquettes de sites internet pour des clients, créer une identité visuelle et des logos, faire de la communication sur LinkedIn et réaliser des montages vidéo.

Cette expérience a été bénéfique car j'ai pu développer un peu plus mes compétences d'UX designer, notamment avec ma maîtrise de l'outil Figma, mais aussi sur la réflexion d'un plan de communication et la création de contenu.

J'ai pu aussi découvrir la vie de freelance, savoir comment communiquer avec un client et comprendre l'organisation d'un auto-entrepreneur.

Ce stage m'aide ainsi pour le futur car je pourrai me servir de mes réalisations pour avoir des contrats à l'avenir à travers mon portfolio.

Résumé en anglais

I chose to do this internship because I was looking for an internship that corresponds to what I want to do later in my professional life, that is to say being a freelancer as a UX designer.

During this internship I was able to design website models for clients, create a visual identity and logos, communicate on LinkedIn and produce video edits.

This experience was beneficial because I was able to further develop my skills as a UX designer, particularly with my mastery of the Figma tool, but also in thinking about a communication plan and creating content.

I was also able to discover the life of a freelancer, know how to communicate with a client and understand the organization of a self-employed person.

This internship helps me for the future because I will be able to use my achievements to obtain contracts in the future through my portfolio.