

Rapport de stage

« Plan de communication de la Boutique en ligne Et Lancement du projet SapinSympas »

Par Léa Sapolin

Rapport de stage réalisé dans le cadre de la première année de
Master 1 Communication et Contenus Numériques, Stratégie de communication

à l'École de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille

26 août 2013

Maître de stage : Pierre Naudet - Responsable de formation : Benoit d'Aiguillon

Avant propos

Master 1 Communication et Contenus Numériques – Stratégie de Communication
par Léa Sapolin

Afin d'appliquer les méthodologies et les notions enseignées tout au long de l'année, je devais réaliser une période de formation en entreprise d'une durée comprise entre deux et cinq mois. Ce type de stage nous permet à nous, étudiants, de nous initier à la recherche et d'appliquer les connaissances acquises durant notre scolarité.

Ce rapport est le fruit de ce stage réalisé dans le cadre du Master 1 Communication et Contenus Numériques, option Stratégie de Communication, dont les enseignements sont dispensés à l'École de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille. Il a été effectué au sein des Pépinières Naudet, auprès de Mr Pierre Naudet, responsable vente en ligne. Son expérience et ses interventions ont été très utiles au bon déroulement du projet, m'éclairant chaque fois que nécessaire.

Remerciements

Je voudrais tout d'abord remercier Monsieur Pierre Naudet, mon maître de stage, pour l'intérêt qu'il a apporté à mes missions et pour la confiance qu'il m'a accordée, me laissant ainsi travailler de manière autonome.

Monsieur Vincent Naudet directeur du groupe Pépinières Naudet, pour m'avoir accueilli au sein de la société.

Toute l'équipe des pépinières de Chéu pour son accueil, sa convivialité et sa sympathie.

Monsieur Jean Naudet et sa femme, Monsieur Jean-Charles Dupaty, Monsieur Daniel Gheeraert et Monsieur Thierry Cuneaz pour leur accueil, leur disponibilité et pour la passion qu'ils risquent de m'avoir transmise.

La société « Idéal », en charge des sites web des Pépinières, pour avoir répondu à mes questions et demandes.

Table des matières

Avant propos	2
Remerciements	3
Glossaire	5
Introduction.....	6
I. Les pépinières Naudet.....	7
II. Missions.....	9
III. Évaluation critique	13
Conclusion	14

Glossaire

Buddy press : Extension social de Wordpress, plugin aux composants modulables permettant de créer facilement son propre réseau social.

CMS (Content Management System) : famille de logiciels destinés à la conception et à la mise à jour dynamique de sites Web ou d'applications multimédia.

MarketPlaces : espace virtuel en ligne sur lequel se rencontrent acheteurs et vendeurs pour effectuer des transactions de biens et/ou de services.

Module ou plugin : logiciel qui complète un logiciel hôte pour lui apporter de nouvelles fonctionnalités.

Prestashop : application Web (CMS) permettant de créer une boutique de vente en ligne.

Redactiweb : Plateforme en ligne permettant la mise en relation de rédacteurs web et d'éditeurs.

Référencement ou SEO (Search Engine Optimization): ensemble des techniques permettant d'améliorer la visibilité d'un site web.

Responsive : lorsqu'on dit d'un site web qu'il est "responsive" cela signifie que son format s'adapte en fonction de son support (ordinateur, tablette ou téléphone).

Wordpress : application Web (CMS) permettant de créer un site web.

Introduction

Je souhaiterais devenir chargée de communication au sein d'une petite structure située hors agglomération. Ainsi, lorsque j'ai découvert l'annonce publiée sur internet par les Pépinières Naudet, entreprise familiale bourguignonne créée en 1876, je me suis empressée d'obtenir un entretien.

Les missions abordées lors de celui-ci, telles que la réalisation de vidéos, l'optimisation d'un site web et la réalisation d'un plan de communication, correspondaient parfaitement à mon domaine de compétences et à mes centres d'intérêt. L'engagement de l'entreprise pour le développement durable m'a enthousiasmé. Invitée également à participer à la création et au lancement d'un projet innovant, j'ai tout de suite souhaité intégrer les Pépinières. Ainsi, grâce à l'accord de Pierre et de Vincent Naudet, j'ai eu la chance de réaliser un stage de deux mois et demi au sein de leurs Pépinières.

Ce rapport de stage, divisé en trois parties, présente dans un premier temps les Pépinières Naudet, dans un second, les missions qui m'ont été confiées ainsi que mes réalisations et, pour finir, mon analyse critique sur ces deux mois de stage.

I. Les pépinières Naudet

Le groupe Pépinières Naudet est une entreprise familiale bourguignonne. Elle dispose de quatre pépinières implantées en France, deux en Bourgogne à Chéu (89) et à Autun (71), une en Gironde à Préchac (33) et une dans les Bouches-du-Rhône à Lambesc (13). Ces pépinières produisent elles-mêmes les plants à partir de graines locales afin de préserver la biodiversité et le patrimoine génétique national. Une autre pépinière est basée quant à elle au Portugal.

Les Pépinières Naudet sont reconnues comme **leader français du reboisement**, **première pépinière forestière française**, et **premier producteur français de sapins de Noël**. Cette entreprise est donc spécialisée dans différents domaines :

Le reboisement

Depuis 1947, l'entreprise Naudet plante chez des propriétaires forestiers privés et publics, des grands comptes, des collectivités publiques, des associations, pour répondre à la demande d'aménagement durable des forêts et des territoires. Elle intervient sur une grande moitié Nord de la France, mais aussi à l'étranger. Elle œuvre également dans le domaine des aménagements paysagers de sites industriels et d'extraction, le remodelage du bocage, la préservation de l'eau et la production de biomasse. Environ 5 millions de plants sont mis en terre et protégés chaque année par ces Pépinières.

La culture de plants feuillus et de résineux

Depuis 1876, une large gamme, allant des jeunes arbres feuillus forestiers aux résineux ornementaux, en passant par les fruitiers (plants truffiers, pins maritimes, plants pour la biomasse y compris...) est cultivée sur les terres Naudet. Son expérience de presque un siècle et demi garantit des plants de grande qualité, dotés d'une excellente capacité de reprise.

La production de sapins de Noël

De la sélection de la graine à la commercialisation, les Pépinières Naudet consacrent aux sapins une dizaine d'années de soins intensifs et réguliers. Productrices depuis 1956, elles ont su s'adapter à la demande et proposent aujourd'hui un large choix de variétés de sapins de qualité cultivés selon les règles de l'art dans un biotope adapté.

Naudet a également été l'un des premiers pépiniéristes à s'engager dans une démarche environnementale au service du développement durable. Les plantations réalisées par ces pépinières dans le sud de la forêt amazonienne ont permis la création d'un puits de carbone de 12 000 ha, qui contribue à la réduction de l'effet de serre tout en garantissant la biodiversité des espèces.

Le marché du reboisement étant actuellement en crise et très concurrentiel (la production française de plants forestiers a diminué de 53 % en huit ans), les Pépinières Naudet ne cessent donc de diversifier leurs activités. Ainsi, en 2012, une boutique en ligne à destination

des particuliers a vu le jour. Celle-ci propose l'achat de plants de feuillus forestiers et ornementaux, de résineux forestiers et ornementaux, de kits haies champêtres et fleuries, d'accessoires de plantation, et d'arbres truffiers et fruitiers. Un second projet est sur le point d'être lancé : la vente en ligne d'arbres de Noël naturels personnalisables, livrés en pot, déjà décorés.

Les Pépinières Naudet en chiffre :

- 17 Millions d'euros de Chiffre d'Affaires annuel en 2012 répartis entre les différentes activités du groupe :
 - 7 M€ pour la culture de plants
 - 5,5 M€ pour la production de sapins de Noël
 - 4 M€ pour le reboisement
 - 0,5 M€ pour la biomasse

- 100 Salariés en contrat CDI et 100 Salariés en contrat saisonnier
- 25 millions de jeunes plants feuillus et résineux produits par an
- 400 000 sapins produits par an
- 4 000 ha reboisés en France par an
- 750 références de plants commercialisés
- 25 % de plants exportés



II. Missions

Les missions qui m'ont été confiées étaient relatives à deux projets différents. Dans un premier temps, j'ai dû élaborer et appliquer le **plan de communication** de la boutique en ligne des Pépinières (www.boutique-naudet.com) permettant aux particuliers de se fournir en plants. Et, dans un second temps, j'ai dû aider Pierre Naudet à mettre en place son projet SapinSympas.com visant à permettre l'achat en ligne de sapins personnalisables comprenant pot et décorations de Noël.

Missions relatives à la Boutique en ligne

Dans le but d'établir le plan de communication souhaité, j'ai commencé par réaliser une étude préliminaire comprenant une **analyse SWOT**, une étude du **public cible**, un état des lieux de l'**ergonomie** du site et de son référencement, et du **benchmarking**. J'ai ensuite créé un **formulaire** sur GoogleDrive dans le but de récolter les avis des clients, leurs satisfactions, leurs attentes et leurs demandes. Ainsi, j'ai pu déterminer les améliorations à apporter au site et les services complémentaires à proposer. J'ai également effectué un peu de **prospective** afin de connaître les orientations futures du secteur concerné. Cette étude m'a permis de constater que le contenu du site devait être amélioré afin qu'il soit plus vendeur, plus participatif, plus ergonomique et surtout plus populaire.

Dans cet objectif, à l'aide d'Idéal (société chargée du site web), j'ai commencé par activer certains modules* de Prestashop* (CMS* de la boutique) permettant un chargement plus rapide des pages. J'ai également préféré ajouter un second panier, en haut à droite, l'internaute étant habitué à le trouver à cet emplacement. Celui-ci descend et suit la fenêtre afin de rester toujours visible par le client. J'ai aussi inséré des **visuels** constitués de **photographies** prises par mes soins puis conçu un **flyer** pour promouvoir cette boutique en ligne lors des salons.

Par la suite, j'ai ajusté et ajouté une partie du contenu afin de mettre en avant les atouts de la société. Par conséquent, j'ai créé un **encart animé** communiquant sur les avantages clients et la diversité des plants disponibles. Ces avantages ont également été reformulés ceux-ci dans le pied de page. Puis, j'ai mis au point une **rubrique « ils ont aimé »** comportant une sélection des meilleurs avis des clients. Cette rubrique a pour but d'obtenir la confiance des nouveaux venus et d'encourager leurs achats. Pour fidéliser les anciens, un système de **points fidélité** cumulables à chaque achat et permettant d'obtenir des réductions a été mis



Flyer réalisé

en place, et le design des **bons d'achat**, jusque-là présenté sous la forme d'un simple numéro, a été révisé.



Par ailleurs, l'absence d'un **catalogue téléchargeable au format PDF** m'a amené à en créer un. De ce fait, j'ai regroupé les 300 références disponibles, leur descriptif, leur tarif et leur photographie au sein d'un même document que j'ai mis en ligne. Les clients peuvent donc désormais le feuilleter à leur guise et le diffuser.

Le manque d'explications et de conseils au sein du site m'a conduit à créer **deux vidéos** consacrées à la culture de la truffe ainsi qu'**un blog et un forum**. Ces deux vidéos interviewant passionnés et spécialistes apportent donc de nombreux conseils à ceux souhaitant se dédier à cette culture et permettent également de valoriser l'image des Pépinières et d'identifier plus nettement ses acteurs et ses méthodes. Elles seront aussi utilisées lors des marchés aux truffes. Le blog, quant à lui, est un espace dédié aux clients permettant d'échanger avis, conseils et astuces. Créé à partir du thème Adapt de Wordpress* et du module Buddy press*, il est donc responsive* et intègre un forum tout en respectant l'identité visuelle des pépinières. Les usagers peuvent même s'y connecter via leur compte Facebook ou, s'ils le souhaitent, se créer un profil spécifique. La mise en place de ce site en parallèle de la boutique plutôt qu'en son sein permet d'améliorer le référencement de celle-ci et de distinguer nettement le site professionnel du blog. Les **conseils** seront rédigés par différents passionnés, blogueurs et professionnels susceptibles de pouvoir orienter les clients sur l'entretien des plants et des arbres. C'est ainsi qu'afin de les sélectionner, Pierre Naudet et moi, avons pris contact avec certaines personnalités adéquates, publié une annonce sur rédactiweb*, et envoyé différents mails aux clients eux-mêmes afin de savoir si certains d'entre eux pourraient avoir des connaissances à partager sur le sujet.

L'ensemble des documents que j'ai réalisés au cours de mon stage (encarts, flyer, vidéos et blog) a été créé en reprenant tous les mêmes éléments (logo, couleurs prédominantes et polices principales). Ceci dans le but de **consolider l'identité visuelle**. Aucune charte graphique n'a été établie jusqu'à présent, les logos et les couleurs utilisés différaient légèrement.

Le **référencement*** quant à lui pouvait être amélioré en optant pour un contenu rédactionnel plus adapté et une popularité plus marquée. De ce fait, avec l'aide d'Idéal, nous avons modifié les **titres et Meta description spécifique au SEO*** des produits de la boutique en utilisant un maximum de mots-clés et de termes vendeurs et valorisants. J'ai ensuite inscrit la boutique et le site corpo au sein d'**annuaires** de façon à créer plus de liens entrant vers ceux-ci (plus un site a de liens hypertextes pointant vers lui mieux Google le référence) et demandé d'autres liens aux sites susceptibles de nous en fournir. Puis, j'ai recherché des modules SEO à intégrer (tel qu'URL canonical par exemple).

Différentes autres actions ont été menées dans le but de diffuser l'image des Pépinières sur d'autres supports, à commencer par la création de deux **profils entreprise** sur les **réseaux sociaux** Facebook et Google + (le second ayant un rôle important à jouer pour le référencement). Puis, à la demande de Pierre, j'ai réalisé une étude comparative de quatre **MarketPlaces*** comprenant une analyse des points positifs et négatifs de ceux-ci. Cette étude a permis d'envisager la mise en vente des produits sur EBay dans un premier temps, puis éventuellement au sein d'autres MarketPlaces tels que PriceMinister ou Amazon. Le référencement et les ventes en seront décuplés. En revanche, une rigueur organisationnelle et un service irréprochable seront essentiels afin de ne pas se faire bannir ou pénaliser par ces espaces de ventes aux règles pointilleuses. Il faudra aussi impérativement être attentif, voire méfiant, envers ces organismes. En effet, les MarketPlaces ne délivrent pas les e-mails des clients et peuvent se positionner sur nos requêtes-cibles (en référencement naturel) et tester notre marché. De plus, le client ne se rappelle pas forcément de la dénomination commerciale du vendeur puisqu'il pense être client d'Amazon ou d'Ebay.

Par ailleurs, avec Julien, le stagiaire me précédant, et à la demande d'Idéal, nous avons identifié les **produits à forts potentiels** et les dix **produits les plus vendus** afin de permettre ultérieurement un travail sur la communication de ces 20 produits phares.

Enfin, puisque Pierre souhaite gagner de nouveaux clients, il m'a suggéré de regarder les bases de données existantes comportant des mails pouvant correspondre à notre public cible. J'ai donc été amené à interroger différents organismes sur le fonctionnement de leurs bases et sur leurs tarifs. J'ai privilégié les **bases de données recensant mails et adresses** de propriétaires de jardins et/ou d'abonnés à des magazines de jardinage. J'ai aussi envisagé l'organisation d'un **jeu-concours**, la mise en place d'une **Campagne Display** et/ou d'une campagne publicitaire web, mais le temps m'a manqué.

Missions relatives au projet SapinSympas.com

Les Pépinières Naudet s'apprêtent à lancer le projet SapinSympas.com. Cette boutique en ligne, prévue pour octobre 2013, consistera à proposer aux internautes de choisir en ligne le sapin de leurs souhaits, naturel et en pot. La commande se fera en trois étapes : choix de la taille de l'arbre, choix de la couleur du pot et choix des décorations. La commande sera validée une fois le paiement réalisé. L'arbre sera ensuite livré en moins de 48 h à domicile.

Ce projet étant entièrement à mettre en place, Pierre m'a demandé de l'aider. J'ai donc commencé par lui proposer différents **logos** constitués d'un des deux noms possibles « SapinSympas » et « Mon mini sapin ». La seule directive était d'utiliser un design enfantin. Finalement, après quelques modifications (essais de couleurs, de polices...), nous avons obtenu le logo nous satisfaisant.



Logos proposés puis logo final

Ensuite, j'ai commencé à élaborer **les thèmes** qui engloberaient les différentes décorations proposées : Gourmand (constitué de réelles friandises), tutti frutti (haut en couleur), traditionnel (fidèle aux coutumes), glamour (pour les demoiselles), choupinou (pour les enfants)... je me suis ensuite mise à rechercher des **décorations** et des **pots** (de différentes couleurs et matières). Puis, une fois trouvés, j'ai demandé des **devis**. Malheureusement, les collections changeant d'une année à l'autre, il nous a fallu recommencer la sélection une seconde fois, et celle-ci sera peut-être à refaire.

Par la suite, il a fallu créer les **différents visuels** des mini sapins. Ainsi, je me suis inspiré des décorations trouvées pour les concevoir. Je les ai ensuite intégrés au **design du futur site** proposé par Idéal. J'ai également modifié celui-ci de façon à faire différents tests de couleurs et de visuels dans le but de sélectionner la composition nous paraissant la plus adéquate. Après quoi nous avons utilisé les visuels des sapins pour créer les **fiches produit** permettant leur commande sur le site.

Dans un second temps, j'ai recherché les différents **magazines** de jardinage et de décoration sur lesquels la publication d'annonces serait à prévoir. Je me suis aussi renseigné sur les tarifs, les formats des **publicités** à créer, et les personnes à contacter.

Pour finir, je me suis focalisée sur la réalisation du **communiqué de presse** et du **dossier de presse** en suivant les conseils reçus par nos professeurs cette année.

Parallèlement à ces deux missions, on m'a aussi laissé participer à d'autres tâches telles que la création d'un deuxième logo, la réalisation d'un encart publicitaire sur les truffes, le suivi des clients, la fermeture saisonnière de la boutique (mise à zéro des stocks, annonce au sein du site), la réalisation d'un sticker...



Quatre premières pages du dossier de presse

III. Évaluation critique

L'autonomie que l'on m'a donnée pour effectuer ces deux missions m'a permis de **m'investir** pleinement dans les projets des Pépinières Naudet. De ce fait, j'ai fait tout mon possible pour tenter de trouver les solutions ou éléments adaptés aux demandes. Cela m'a permis de mesurer mes **compétences** et de les compléter. Ce fut un véritable entraînement pour mon futur passage dans le **monde professionnel**.

Cela m'a également permis de connaître le **fonctionnement d'une petite entreprise** : l'importance de la **polyvalence** due au faible nombre d'employés, et la facilité à **communiquer** au sein d'une équipe à taille humaine. Je suis conforté dans mon envie de devenir **chargé de communication** au sein d'une petite entreprise hors agglomération et je suis finalement satisfaite de mon parcours mêlant documentation, web et audiovisuel me permettant de connaître trois domaines différents.

Comme au cours de ce stage, j'ai participé au quotidien de l'entreprise (en répondant aux clients ou en suivant des yeux les commandes), je me suis rendu compte de la nécessité d'être « **multitâches** » et de pouvoir passer d'une activité à une autre assez facilement. Ce qui n'a pas été facile pour moi qui aime rester concentrée sur une seule et même tâche et apprécie de la finir avant d'en commencer une nouvelle.

Par ailleurs, j'ai été confronté à la difficulté de préparer un événement spécifique à l'avance, alors que le moment ne semblait pas être propice pour les prestataires (vouloir choisir les décorations des arbres de Noël alors que les nouvelles collections n'étaient pas encore sorties). Je sais désormais qu'il faut également prendre en compte les **obligations des partenaires** et pas seulement celles de l'entreprise.

Grâce à ce stage, j'ai également pu connaître un **secteur** qui jusqu'alors m'était inconnu. J'ai aussi découvert une **nouvelle activité** passionnante : la culture de la truffe.

J'ai par-dessus tout apprécié participer à la mise en place d'un nouveau projet. Comme j'aime être constamment confrontée aux changements, je sais dorénavant qu'une entreprise peut **évoluer** facilement et qu'elle n'est pas forcément ancrée dans une seule et même routine. Cela m'a aussi permis de voir comment agir et prendre de **nouvelles orientations** lorsqu'un secteur entre en crise ou connaît une baisse de dynamisme et d'attractivité.

Mes seuls regrets sont de ne pas avoir pu complètement finir ce qui m'avait été demandé ni d'avoir pu assister au lancement du projet (la date étant prévue pour octobre 2013). Malgré tout, j'ai constaté que la mise en place d'un projet est longue et nécessite beaucoup de moyens (humains comme financiers).

Conclusion

La réalisation d'un plan de communication a été un excellent exercice. Quel que soit le produit, service ou dispositif concerné, il convient de mettre au point une stratégie afin de le promouvoir. L'application de certains éléments de ce plan de communication permet d'ores et déjà d'observer une amélioration du fonctionnement de la boutique en elle-même et des services proposés. La diffusion de celle-ci reste malheureusement inachevée, mais devrait l'être une fois que les actions menées auront abouti (bases de données achetées, flyer utilisé, produits mis en vente sur Ebay...) Une amélioration exponentielle des ventes devrait en découler.

En ce qui me concerne, j'ai eu l'opportunité, tout au long de ce stage, de travailler sur différents aspects de mon domaine de formation. Le travail réalisé s'est avéré très enrichissant pour mon expérience professionnelle tant dans la dimension technique et professionnelle que dans celle de l'aspect humain. Le fait de travailler au sein d'une petite équipe m'a permis de m'intégrer et d'échanger aisément. La majeure partie du temps en autonomie, j'ai pu développer un fort sens des responsabilités et de l'organisation.