



Rapport de stage

Kolmakova Liliana



Sommaire

1. Introduction	3
2. Présentation de l'Entreprise	3
2.1 Historique de l'Entreprise	3
2.2 Secteur d'Activité	3
2.3 Organisation et Structure	4
3. Missions et Tâches Réalisées	5
3.1 Webdesign	5
Introduction du projet	5
Planification du contenu visuel et choix du lieu de prise de vue	5
Disposition des éléments de navigation et choix des couleurs	7
3.2 Gestion du Site Web	7
Gestion des stocks	7
Correction des bugs	7
Mises à jours et optimisation	8
3.3 Community Management	8
Identification du public cible	8
Création de contenu	10
3.4 Visual Merchandising	10
Conceptualisation du packaging	10
Création des vitrines	10
Agencement des rayons	10
4. Analyse des Compétences Développées	11
4.1 Compétences Techniques	11
4.2 Compétences Relationnelles	11
4.3 Compétences Organisationnelles	11
5. Conclusion	12
6. Remerciements	12
7. Annexe	12

1. Introduction

Au cours de mon emploi chez « LK Boutique » j'ai eu l'honneur d'observer l'évolution numérique de l'entreprise. En effet, la boutique avait pour objectif principal de lancer son site de vente en ligne ainsi que d'en assurer la promotion sur différents moteurs de recherche et sur les réseaux sociaux. Mon travail était non seulement celui d'un webdesigner mais également celui d'un gestionnaire de site web, d'un Community manager et d'un Visual Merchandiser.

Cette expérience a marqué le début de mon intérêt pour le marketing digital, la création de support visuel ainsi que la création de « branding », ce qui m'a conduit à postuler à la HEIG-VD pour le Bachelor d'ingénierie des médias.

2. Présentation de l'Entreprise

2.1 Historique de l'Entreprise

Située à la Rue Ancienne-Douanne 4, Lausanne, LK Boutique est une référence dans la vente de robes de soirées depuis plus de 15 ans. L'entreprise se distingue également par son atelier de couture renommé. La combinaison de ces deux activités a permis à LK Boutique de non seulement devenir un leader dans la région lausannoise, et même au-delà des frontières cantonales. Des clients de toute la Suisse, notamment du canton de Vaud, Genève, Valais ou encore Soleure s'y rendent pour un travail impeccable et une qualité des robes supérieure. Forte de ce succès, l'entreprise a décidé de franchir un nouveau cap en adoptant le commerce en ligne.

2.2 Secteur d'Activité

Comme mentionné précédemment, LK Boutique est une entreprise lausannoise. Elle propose un large choix de robes de soirée, d'événements et de cérémonies. En plus des vêtements, une sélection d'accessoires et de chaussures est proposée aux client.e.s. L'entreprise dispose d'un atelier de couture, où les retouches et les créations sur mesure sont réalisées avec une grande précision. Le service haut de gamme ainsi que les prestations de qualité, positionnent LK Boutique au sommet du marché des boutiques physiques de la région.

2.3 Organisation et Structure

En tant que petite entreprise, LK Boutique ne compte que trois employées permanentes. Pour des projets ponctuels, l'entreprise fait appel à des collaborateurs externes. C'est Madame Igrishta, styliste de formation, qui est à la tête de LK Boutique. Madame Krasniqi est couturière et vendeuse, et moi, Liliana Kolmakova, je m'occupe de tout ce qui concerne la communication de l'entreprise. Nous formons une petite équipe, mais très dynamique et ingénieuse.

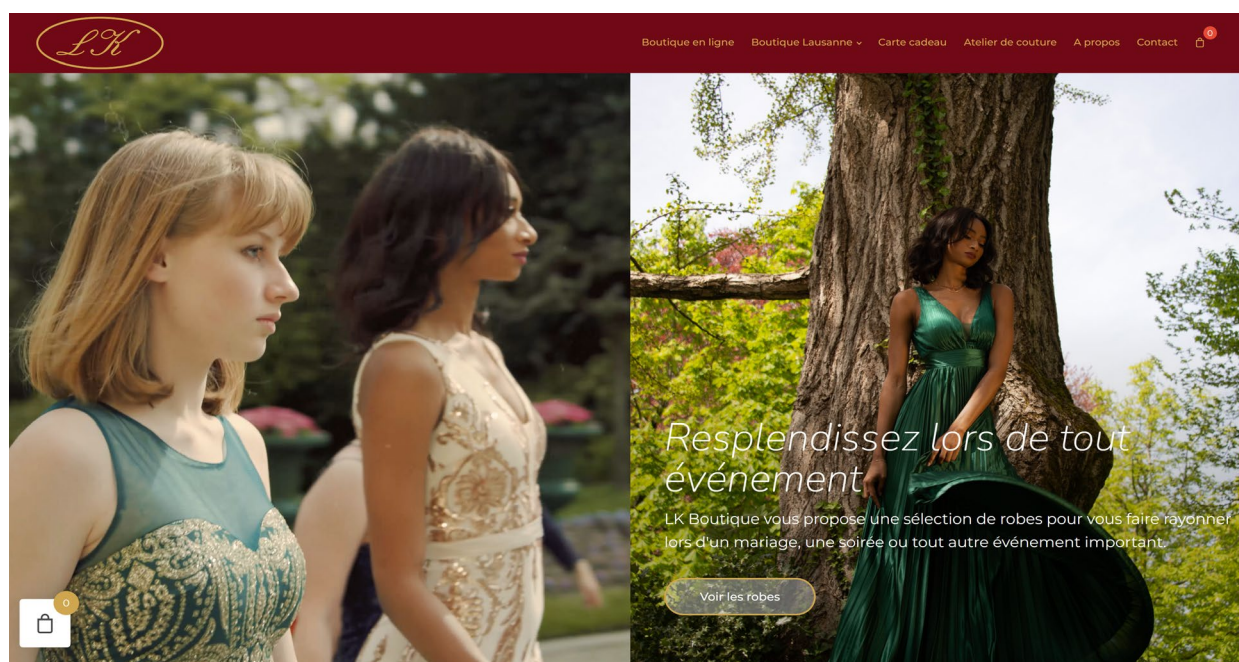


3. Missions et Tâches Réalisées

3.1 Webdesign

Introduction du projet

Pour susciter l'intérêt de notre public, il nous était important de créer un site web qui reflèterait parfaitement l'énergie et l'esprit de la boutique. Le développement du site web s'est avéré être un processus passionnant qui nécessitait non seulement des compétences techniques mais également du contenu visuel de qualité, capable de captiver l'attention des visiteurs. En tant que webdesigner, je devais m'assurer que les clients vivent une expérience agréable en visitant notre site.

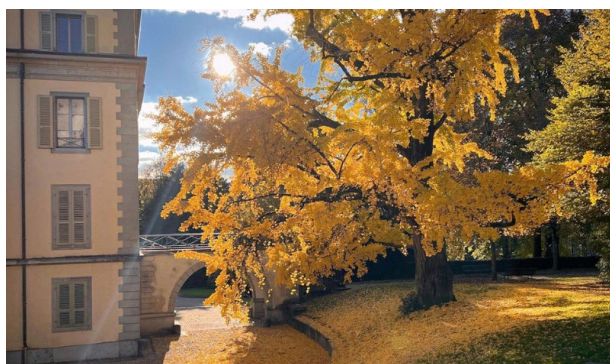
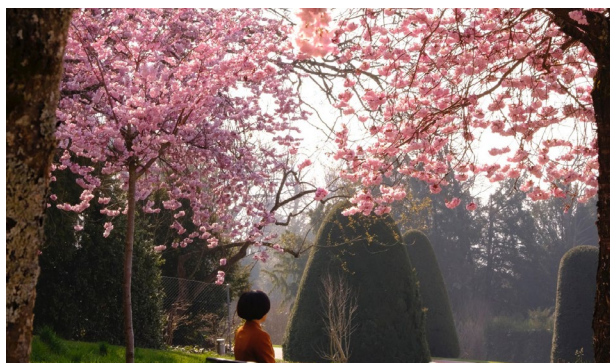


Planification du contenu visuel et choix du lieu de prise de vue

Pour que le site web soit complet et varié, il fallait non seulement des photos des différents produits proposés par LK Boutique mais également du contenu visuel d'ambiance. Pour cela j'ai décidé de faire appel à un photographe-vidéaste pour créer une atmosphère chic lors de la visite du public sur le site web.

Pour la séance photo-vidéo il était important de choisir un lieu qui était propice à ce genre de création. Après avoir exploré plusieurs options, j'ai décidé que le parc de Mon-Repos était le choix parfait. Il est non seulement proche de la boutique, ce

qui facilitait grandement le transport de multiples robes lors des shootings mais également parce que la beauté naturelle de ce lieu évolue au fil des saisons. La stratégie derrière le choix de l'emplacement était de faire des photos été comme hiver. Les visiteurs fréquents auraient un nouveau paysage tout en reconnaissant le lieu mythique de Lausanne.



Intégration du contenu

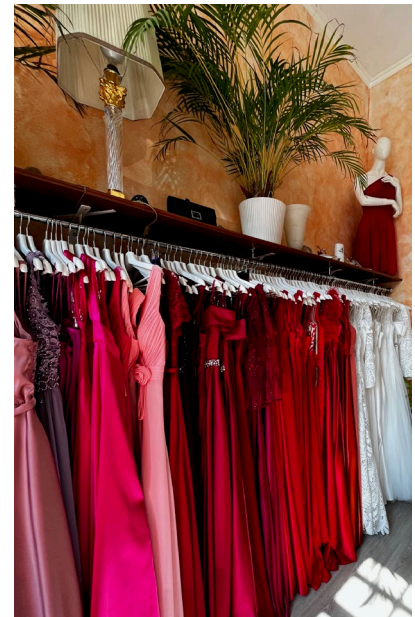
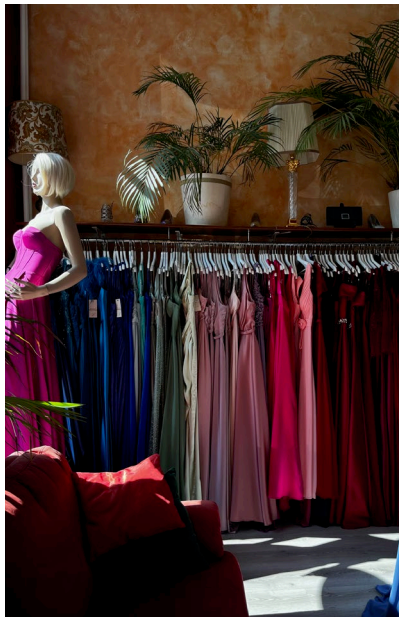
Une fois le lieu choisi et les photos et vidéos prises, mon travail consistait à intégrer l'ensemble sur le site web tout en garantissant que le contenu soit en adéquation avec le thème général du site.

J'ai préparé un moodboard dans le but d'avoir une esthétique et une disposition des éléments générale vers laquelle nous voulions nous tourner. Cela m'a également permis d'avoir une idée des tendances visuelles du moment.



Disposition des éléments de navigation et choix des couleurs

La disposition globale du contenu visuel terminée, je me suis occupée de la structure du site web. Le choix de l'emplacement des boutons, des éléments de navigation devaient être instinctifs. Je souhaitais que les clients aient une navigation intuitive et que tous les éléments importants soient visible dès la page d'accueil. Pour cela il fallait une interface épurée et des couleurs harmonieuses. Pour le choix des couleurs et pour une palette cohérente, nous avons repris les couleurs de la boutique et des différents supports marketing imprimés.



3.2 Gestion du Site Web

Gestion des stocks

Pour assurer un suivi de la boutique en ligne, j'ai effectué un inventaire. Etant donné qu'une partie des robes venait directement de la boutique j'ai dû dans un premier temps séparer les stocks. J'ai également préparé un tableau Excel pour faciliter la mise en ligne des produits et connaître leurs variations de couleurs et de tailles. Cette première étape a grandement facilité la gestion du stock sur le site internet.

Correction des bugs

La partie la plus importante de gestion du site web étaient la correction de bugs. En effet, ce n'est qu'après la mise en ligne du site que j'ai remarqué que certains boutons ne fonctionnaient pas comme il se devait. Il y a eu notamment le problème du filtre des couleurs que j'ai résolu.

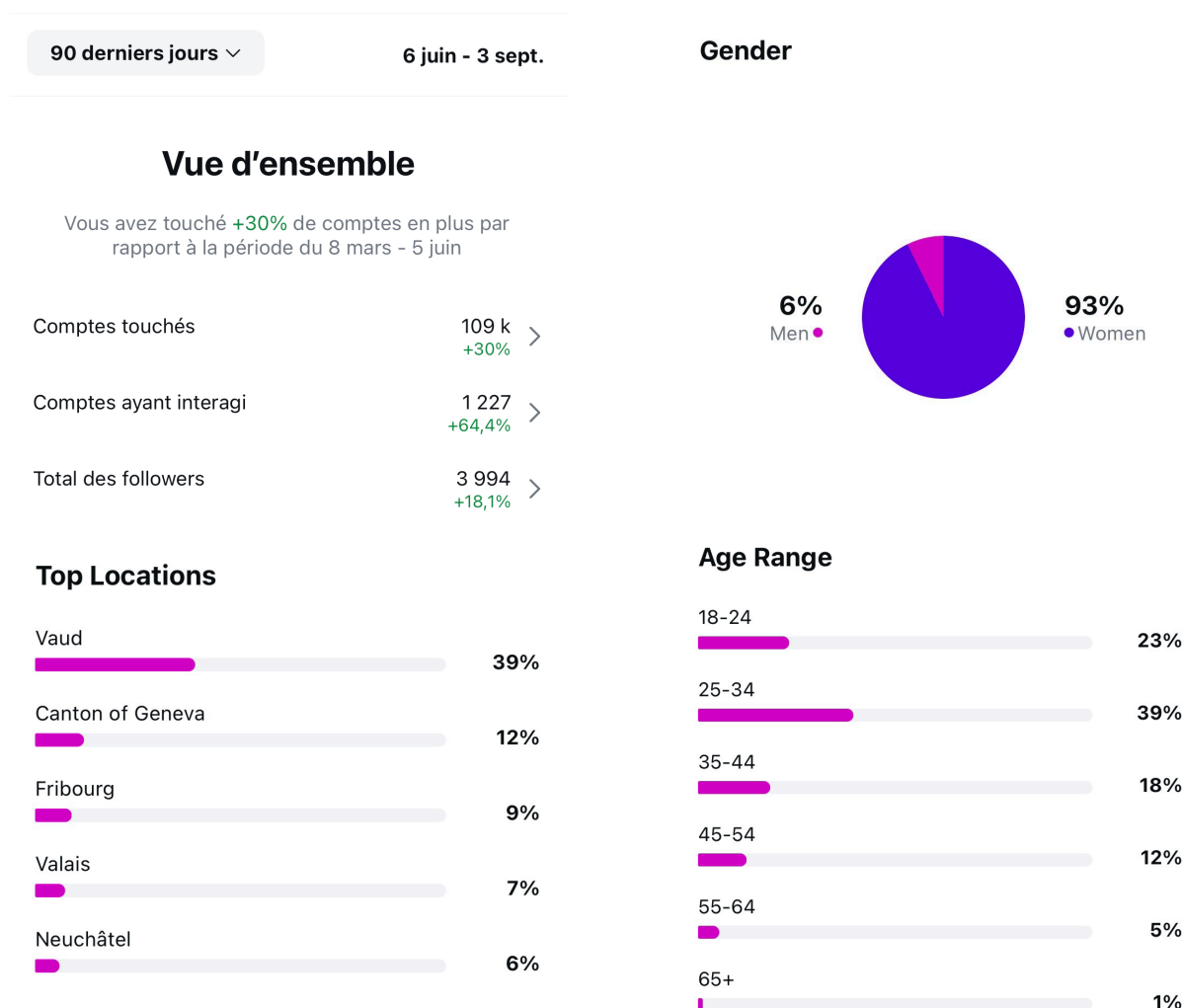
Mises à jours et optimisation

Après la résolution des problèmes, mon travail consistait à mettre à jour régulièrement les différents plug-ins, à suivre le stock des produits, ainsi qu'à améliorer les performances générales. Nous avons par exemple constaté que les images utilisées étaient particulièrement lourdes pour le site web. J'ai donc effectué une correction en passant du format .jpeg au format .webp, beaucoup plus adapté pour le nombre de photos que nous avons.

3.3 Community Management

Identification du public cible

Avant de commencer la promotion du site web, j'ai identifié le public cible. En effet, pendant plusieurs mois, j'ai mis en place des petites promotions sur Instagram et Facebook pour connaître l'âge, le genre ainsi que les intérêts de nos potentiels clients. Sans grande surprise, j'ai constaté que la majorité des personnes séduites par nos produits étaient des femmes intéressées par les robes de soirée, la mode et les mariages.



CHOIX DES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour maximiser l'impact de notre campagne promotionnelle, j'ai sélectionné les réseaux sociaux les plus pertinents pour notre public cible : Instagram, Facebook, YouTube ainsi que Pinterest.

J'ai donc préparé divers contenus pour chaque plateforme :

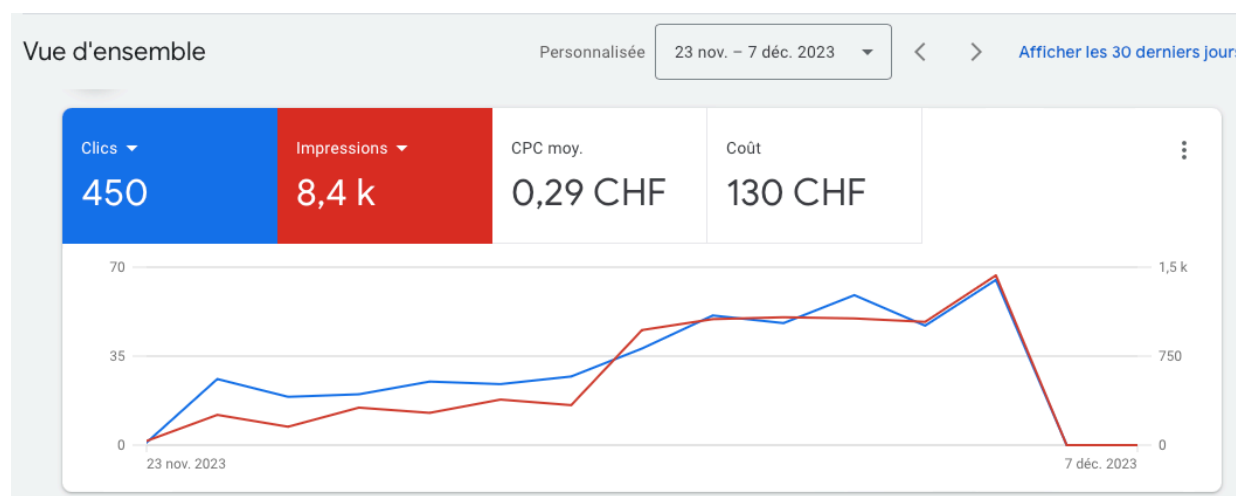
Instagram et Facebook: J'ai créé et programmé des publications photos ainsi que des reels pour engager notre audience.

Youtube: J'ai monté une vidéo de 14 secondes, car les vidéos promotionnelles de moins de 15 secondes ne peuvent pas être passées lors du visionnage sur YouTube

Pinterest: J'ai créé une toute nouvelle page pour promouvoir le site web. En effet, suite à mes recherches, j'ai pu constater que Pinterest est leader dans le domaine du contenu d'inspiration. Il m'était donc important d'inclure cette application dans le développement de notre présence digitale.

GOOGLE

Pour augmenter notre visibilité en ligne, j'ai lancé des campagnes publicitaires via Google Ads et utilisé Google Merchant Center pour gérer efficacement nos annonces de produits. En intégrant notre catalogue dans le Merchant Center, j'ai pu créer des annonces percutantes en utilisant des techniques SEO adaptées à notre offre. Cela nous a permis de figurer en haut des résultats de recherche pour les robes de soirée dans toute la Suisse.



Statistiques de la première campagne publicitaire GoogleAds

Création de contenu

En plus des diverses promotions, je souhaitais maintenir une présence en ligne dynamique et engageante pour tous les abonnés. J'ai continué à publier du contenu quotidien sur Instagram et Facebook, en mettant particulièrement l'accent sur les Stories. L'objectif était de rester en contact quotidiennement avec notre clientèle fidèle et de renforcer notre relation avec les nouveaux abonnés.

3.4 Visual Merchandising

Conceptualisation du packaging

La conceptualisation du packaging a été une étape passionnante. J'ai travaillé sur le packaging pour que nos robes ne soient pas seulement protégées, mais pour que l'ouverture du colis raconte une histoire visuelle en harmonie avec notre image de marque. Chaque détail a été soigneusement pensé pour rendre l'expérience du unboxing mémorable.

En alliant esthétique et fonctionnalité, j'ai veillé à ce que le packaging soit à la fois séduisant et pratique. J'ai donc opté pour une boîte à rabat beige avec le logo LK imprimé en doré sur le dessus. Pour la protection de la robe j'ai choisi du papier de soie blanc léger et chic avec le logo de la boutique imprimé en mosaïque. Pour ce qui concerne l'intérieur, j'ai décidé d'y ajouter une rose rouge pour accentuer le côté élégant ainsi qu'un petit mot de remerciement personnalisé à chaque commande.

Création des vitrines

Lors de la création des vitrines, j'ai accordé une importance particulière aux modèles et à la couleur des robes. À chaque nouvel arrivage, notre priorité était de mettre en avant les nouveautés et susciter l'intérêt des passants. Pour compléter les robes, je sélectionnais les accessoires en veillant à ce que le rendu final soit attrayant et pertinent. J'y ajoutais régulièrement d'autres objets de décoration pour compléter la vitrine tel que des plantes, des petites lampes pour le jeu de lumière ou encore des statues en laiton pour rappeler la couleur dorée utilisée dans le logo.

Agencement des rayons

Pour l'agencement des rayons, j'ai opté pour une disposition des articles selon les couleurs. Mon objectif était la création d'un dégradé harmonieux, plutôt que l'organisation par modèle. Après plusieurs mois d'observation, j'ai remarqué que la majorité de nos clientes cherchaient avant tout une couleur spécifique et se montraient plus flexibles quant au choix du modèle. Cette organisation a donc permis de faciliter et de fluidifier la navigation entre les rayons, tant pour les clientes que pour les employées, rendant l'expérience d'achat plus intuitive.

4. Analyse des Compétences Développées

4.1 Compétences Techniques

Au cours de mon expérience, j'ai développé des compétences techniques solides avec divers outils et programmes. J'ai appris à utiliser WordPress, WooCommerce et Oxygen pour la création et la gestion de sites web, ce qui m'a permis d'effectuer des modifications régulières et d'optimiser l'expérience client. En complément à ces compétences, j'ai utilisé divers plugins pour WordPress afin d'améliorer la fonctionnalité du site. Par exemple WP Newsletter Plugin pour gérer l'envoi d'e-mail d'information ou encore Variations as single products for WooCommerce pour rendre les variations de produits disponible en tant que produit unique sur la page de la boutique en ligne.

Dans le domaine de la création visuelle, j'ai pu me familiariser avec Photoshop, Première Pro, et Lightroom pour la retouche photo, le montage vidéo et la création de contenu. Par exemple, j'ai réalisé des vidéos promotionnelles pour YouTube et des retouches photos pour le site web. J'ai également acquis une compréhension approfondie du fonctionnement de Google Ads, ce qui m'a permis de gérer et d'optimiser les campagnes publicitaires. J'ai pu suivre et analyser les performances des annonces et effectuer des ajustements avec les données collectées.

4.2 Compétences Relationnelles

Cette expérience ne m'a pas seulement permis de me dépasser d'un point de vue technique, mais m'a également aidé à évoluer sur le plan relationnel. Tout au long de mon parcours, j'ai communiqué mes idées à ma supérieure. J'ai dû argumenter mes choix et procéder à des modifications quand cela était nécessaire. J'ai appris à communiquer efficacement et de manière convaincante. De plus, mes fréquents contacts avec la clientèle m'ont permis de mieux cerner son envie et de m'adapter au caractère de chaque personne.

4.3 Compétences Organisationnelles

Au cours de mon parcours professionnel, j'ai développé des compétences organisationnelles qui ont assuré le bon déroulement des projets. J'ai su planifier et préparé le choix des modèles, du photographe, du développeur web et de divers fournisseurs. Ma capacité à gérer plusieurs projets m'a permis une organisation facile pour les personnes impliquées.

5. Conclusion

Cette expérience m'a permis de participer activement à la création d'une boutique en ligne. J'ai acquis énormément de compétences techniques dans le domaine du webdesign et du marketing. Le côté créatif et une certaine liberté était ce qui me manquait dans mon parcours professionnelle.

Je ne comptais pas les heures que je passais à faire des recherches, à améliorer l'interface, ou encore à faire des retouches photos. Ce fut la première fois que j'ai senti de la passion pour mon travail et c'est pour cette raison que j'ai décidé d'entamer le Bachelor en Ingénierie des médias

6. Remerciements

Je tiens sincèrement à remercier Madame Igrishta de m'avoir donné l'opportunité de travailler sur un projet aussi complet et intéressant. Grâce à ce dernier, j'ai pu toucher à diverses parties de création d'un site web et connaître le fonctionnement interne d'une boutique.

Un grand merci à Madame Cattin, professeure de communication visuelle, pour son aide à la mise en page de ce rapport de stage dans InDesign. Elle a su transmettre à mes camarades et moi les bonnes clés pour l'élaboration de divers projets avec la Suite Adobe.

7. Annexe

Images du parc:

[https://homme-nature.ch/events/
a-la-decouverte-du-plus-beau-ginkgo-biloba-de-lausanne/](https://homme-nature.ch/events/a-la-decouverte-du-plus-beau-ginkgo-biloba-de-lausanne/)

[https://www.lausanne-tourisme.ch/fr/the-lausanner/articles/
balade-dans-les-parcs-lausannois/](https://www.lausanne-tourisme.ch/fr/the-lausanner/articles/balade-dans-les-parcs-lausannois/)

<https://awwway.ch/balade-hivernale-parc-mont-repos/>

Site internet de LK Boutique:

<https://www.lkboutique.ch>

